



**Maria Inês Xavier
Rebelo de Sousa**

A dança das políticas

**(Reflexões em torno dos conceitos de mercado,
financiamento e subvenção pública das artes,
com particular incidência na dança e artes do
espectáculo)**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Criação Artística Contemporânea, realizada sob a orientação científica do **Professor Doutor Pedro Bessa**, Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

Júri

Presidente:

Professor Doutor Rosa Maria Pinho de Oliveira

Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

Arguente:

Professora Doutora Maria Isabel da Fonseca e Castro Moreira Azevedo

Professora Auxiliar da ARCA-EUAC – Escola Universitária das Artes de Coimbra

Orientador:

Professor Doutor José Pedro Barbosa Gonçalves de Bessa

Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

palavras-chave

Arte, artista, artes do espectáculo, dança, mecenato, apoios do Estado, produtividade.

resumo

As artes do espectáculo, e entre elas a dança contemporânea, apresentam-se hoje fragilizadas, uma vez que pertencem a um sector não progressivo (depende do trabalho dos intérpretes e não aumenta a sua produtividade através do desenvolvimento e inovação tecnológica), pelo que precisam inevitavelmente de apoios para garantir a sua subsistência.

Através deste trabalho propomo-nos perceber de que forma são aceites e desejadas as obras de criação artística que têm na sua génese criativa a dança contemporânea; quais as soluções encontradas pelos profissionais desta área para responder às dificuldades financeiras e estruturais que lhes são apresentadas diariamente; de que forma a sociedade aposta na formação de profissionais qualificados e de públicos culturalmente evoluídos.

keywords

Art, artist, performing arts, dance, sponsorship, financial support, productivity.

abstract

The performing arts, including contemporary dance, are vulnerable because nowadays they belong to a not progressive sector (depends on the work of interpreters and does not increase their productivity through the development and technological innovation), so inevitably need support to ensure their survival.

Through this work we hope to see how the creation of artistic works that have their genesis in the creative contemporary dance are accepted and desired; what forms encountered by professionals in this area to meet the financial and structural problems which are presented daily, and how the company affixed to the training of qualified professionals in public and culturally advanced.

Índice

Capítulo 1	15
Introdução	15
1.1 – Metodologia	16
1.2 – Objectivos	17
1.3 – Apresentação do plano da dissertação	18
 Capítulo 2	 21
Breve história da encomenda artística	21
2.1 – As civilizações antigas	21
2.2 – A influência da religião na arte	23
2.3 – A mobilidade das obras de arte	24
2.4 – O século XX	29
 Capítulo 3	 37
Arte e indústrias culturais	37
3.1. – Arte versus cultura	37
3.2 – Sociedade de massas e industrialização da cultura	40
3.3 – Conceito de “indústria cultural”	42
3.4 – <i>High brow</i> e <i>middle brown</i>	43
3.5 – Situação actual das indústrias criativas	45
3.6 – Arte e empreendedorismo	47
3.7 – A sociedade do espectáculo e o “examinador distraído”	51
3.8 – A democratização da cultura	54
 Capítulo 4	 59
A dança e a sociedade	59
4.1 – Breve história da dança	59
4.2 – O corpo em primeiro plano	64
4.3 - A boca de cena	69

Capítulo 5	73
Políticas de apoio às artes do espectáculo	73
5.1 – A responsabilidade social do Estado	81
5.2 – Mecenato, patrocínio e doações privadas	93
Conclusão e considerações finais	101
Bibliografia	103
Cibergrafia	109
Anexos	111
8.1 – Mecenato cultural	111
8.2 – Estatuto do mecenato	113
8.3 – Dados estatísticos (disponíveis ate 2007) INE (relativo as artes do espectáculo)	121

Índice de Imagens

- Fig.1 – Dinos de figuras negras, Ática, c.570 a.C.; assinado com a inscrição “Sophilos desenhou-me.” Londres: British Museum: 1971.11-1.1. 22
- Fig.2 – Hugo van der Goes, Retábulo Portinari, 1476-79, óleo sobre madeira, 253x586cm, Galleria degli Uffizi, Florença. 25
- Fig.3 – Leonardo da Vinci (1452-1519), *Design de palco*, caneta e tinta castanha, 20,2 x 13,3 cm, Rogers Fund. 1917 26
- Fig.4 – Ambrosius Bosschaert, o Jovem, Natureza morta, 1627, óleo sobre prata, 33x23cm, colecção privada. 27
- Fig.5 – Antoine Watteau, *L'Enseigne de Gersaint*, 1720, óleo sobre tela, 163 x 306 cm, Schloss Charlottenburg, Berlim. 29
- Fig. 6 – Michael Halsband (1985) Warhol e Basquiat, Fotografia para exposição na Galeria Tony, Shafrazi, Nova Iorque. 33
- Fig.7 – Jean Fouquet, *Martírio da Santa Apolónia, Heures d'Étienne Chevalier*, c. 1460, iluminura, Musée Condé, Chantilly. 60
- Fig.8 – Isadora Duncan (1882-1927), bailarina e coreógrafa. 62
- Fig.9 – Merce Cunningham em *Changeling* - Production: *Changeling*, 1956 Coreógrafo: Merce Cunningham; Bailarino: Merce Cunningham. 65

Fig. 10 - Trisha Brown in <i>Set and Reset</i> , 1996, photo by Chris Callis in http://www.trishabrowncompany.org/?section=34 .	66
Fig.11 – Romeu Runa e Elisabeth Lambeck, <i>Scope</i> , 2007, Coreógrafo: Rui Horta.	79
Fig. 12 - <i>La Traviata</i> at Lyric Opera, 2007-2008 Season in http://theglitteringeye.com/?p=3218 , Dave Schuler 7/10/2007.	88
Fig. 13 – A casa do Gil, Fundação do Gil in http://www.fundacaodogil.pt/Casa.htm .	94
Fig.14 – Via Láctea (2009), ilustração de Júlio Dolbeth, design Sam Baron e Vista Alegre, produção Vista Alegre, fotografia Luísa Ribas.	97

Índice de Quadros

Quadro.1 – Reis, A. C. F. (2006), <i>Marketing Cultural e Financiamento da Cultura</i> . São Paulo. Thomson Learning, – <i>Sector público e sector privado: participações complementares, não substitutas</i> . p.152.	87
Quadro 2 – <i>Evolução das despesas das Câmaras Municipais em cultura e desporto</i> , dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt , vis. a 25/04/2009.	89
Quadro 3 – <i>Repartição das despesas, por domínio</i> , dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt , vis. a 25/04/2009.	90
Quadro 4 – <i>Despesas das câmaras municipais em cultura, por domínio</i> , dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt , vis. a 25/04/2009.	91
Quadro 5 - <i>Visitantes e espectadores – galerias de arte e outros espaços e espectáculos ao vivo</i> , dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt , vis. a 25/04/2009.	92
Quadro 6 – <i>Galerias de arte e outros espaços – exposições, objectos, autores e visitantes</i> , dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt , vis. a 25/04/2009.	92
Quadro.7 – <i>Distinções entre patrocínio e mecenato</i> em Reis, A. C. F. (2006) <i>Marketing Cultural e Financiamento da Cultura</i> . São Paulo. Thomson Learning, p.14.	96

Introdução

Pretendemos, através desta dissertação perceber até que ponto é necessária a obtenção de apoios financeiros, estruturais ou materiais, por parte do Estado, mecenas ou empresas, à criação de obras artísticas. Deverão ser desenvolvidas e solidificadas políticas económicas de apoio às artes ou deverá este sector tornar-se financeiramente independente?

Daremos especial atenção às artes do espectáculo, particularmente à dança contemporânea, por consideramos que estas pertencem a um sector ainda não muito estudado mas que apresenta uma crescente importância a nível do desenvolvimento da arte e da cultura em geral. A ligação da autora desta dissertação à dança contemporânea é próxima, não só por ter começado a estudar dança aos 6 anos de idade, mas porque integrou em 2001 a Companhia de Dança de Aveiro. A integração numa companhia profissional de dança provou-se difícil pelas constantes lutas desenvolvidas em busca de patrocínios, apoios estatais e pela total e completa entrega pessoal a que todos os participantes eram obrigados (ensaios, espectáculos, deslocações...). Uma pequena companhia de dança integrada numa cidade de dimensões reduzidas como Aveiro atestou à capacidade de sobrevivência do grupo, e provou-se impossível manter sem um apoio financeiro constante que obrigou à total profissionalização dos bailarinos e técnicos (pagamento de um salário mínimo a cada bailarino para que tivesse total disponibilidade para ensaios e deslocações e técnicos especializados para a montagem e manutenção dos palcos).

É vital o investimento na formação de profissionais de dança e técnicos especializados para além da formação de públicos. A criação de uma articulação entre o Ministério da Cultura e o da Educação torna-se fundamental para que o trabalho nestes dois âmbitos seja profundo e possa servir a população, promovendo a evolução individual de cada cidadão e da sociedade em que este se insere. Mas isto não tem só a ver com a dança, mas com a cultura em geral e com a forma de ver a criação, os seus criadores e a importância que a sociedade lhes atribui.

Partimos de um enquadramento teórico que explana de uma forma breve o desenvolvimento da relação da arte ao longo dos últimos séculos com os financiamentos e apoios à criação artística, focalizando seguidamente a nossa atenção nas correntes artísticas que usam o corpo humano e a sua fisicalidade como génese da criação artística. Interessa-nos perceber de que forma têm evoluído estas manifestações artísticas e qual o

futuro apresentado a um sector dependente de muitas variantes – formação dos seus intérpretes, público conhecedor, apoios financeiros – para o seu desenvolvimento e manutenção dentro do plano artístico e cultural do país.

A arte tentou acompanhar a evolução da sociedade moderna aproveitando o desenvolvimento da ciência, da técnica e da inovação na criação das suas obras. As indústrias culturais e criativas ajudaram a uma mais fácil massificação e divulgação entre as massas de actividades e expressões artísticas, tornando-se desta forma os pilares que sustentam a evolução das sociedades. Será interessante avaliar se o desenvolvimento técnico e científico verificado nas sociedades mais avançadas ajuda ao crescimento do segmento das artes do espectáculo, ou se por outro lado, este sector não beneficia profundamente deste desenvolvimento das sociedades por ser um sector não progressivo.

Já não é primária a relação entre a produção e o consumo, vivemos na cultura do *feeling* e da emancipação individual. Observamos ao longo dos anos as mudanças que aconteceram a nível das políticas educativas que passaram de extremamente autoritárias para altamente permissivas, vocacionadas para atender os desejos das crianças e adolescentes permitindo-lhes a realização de todas as vontades encorajando o tempo livre e de lazer e o aumento dos ócios de cada um. A cultura tornou-se um bem essencial à evolução da sociedade, funciona como um barómetro que mede o posicionamento e sucesso de cada país. A cultura promove a procura da inovação tecnológica, criativa e científica, sendo central para o desenvolvimento do cidadão.

1.1. Metodologia

Num trabalho de investigação, as questões metodológicas revestem-se de uma grande importância, uma vez que ajudam o investigador a cuidar à partida as questões estratégicas que devem dirigir o seu trabalho de forma consciente, sem deixar que estas se tornem num processo de atrofia intelectual.

A utilização de uma metodologia de trabalho consciente e apropriada ao tipo de investigação que pretendemos realizar torna-se, assim, fulcral para o bom desenvolvimento de um trabalho porque ajuda a determinar rumos, sentidos e alinhamentos, sem contudo se apresentar como metas em si, mas antes como objectivos.

R. Quivy e Campenhoudt (1992) no seu livro *Manual de Investigação em Ciências Sociais* exaltam a importância do isolamento da questão de partida, que deverá ser pertinente, e que através da ajuda do trabalho exploratório (leituras, entrevistas), permitirá definir a problemática do trabalho.

Seguidamente, deverá ser construído um modelo de análise, recolhidos e seleccionados os dados pertinentes e examinadas as informações.

Nos estudos de arte e de criação artística, onde a realidade não se apresenta claramente definida, torna-se importante a utilização de uma investigação que não se centre na procura de constatações, mas tente a compreensão e o conhecimento dos objectivos e fenómenos. Desta forma, iremos recorrer frequentemente a estudos que ajudem a compreender a dualidade entre a arte, a sociedade e a economia.

Utilizaremos os dados estatísticos divulgados pelo INE (Instituto Nacional de Estatística) no seu site oficial, para compreender qual a relação entre os gastos das famílias e das cidades no apoio e usufruto de variadas experiências artísticas.

1.2. Objectivos

A presente dissertação pretende ser uma reflexão sobre o posicionamento das artes do espectáculo, mais especificamente da dança contemporânea, no âmbito mais alargado dos fenómenos artísticos e das indústrias culturais.

- Pretendemos efectuar uma revisão bibliográfica que permita enquadrar a evolução da história da arte e a relação desta com as sociedades e economias,
- Estudaremos autores que desenvolveram estudos sobre arte, cultura, sociedade e políticas culturais,
- Aprofundaremos o conhecimento sobre as variadas formas de apoios às artes (privadas e públicas),
- Tentaremos perceber quais as principais diferenças entre as artes do espectáculo e as artes plásticas a nível de obtenção de lucros e de auto-subsistência dos seus autores,
- Tentaremos compreender a ligação entre os dados tornados públicos pelo INE (Instituto Nacional de Estatística) e a forma como são procuradas as obras pertencentes às artes de espectáculo, a forma como evoluíram ao longo dos últimos anos e como se posicionam dentro das indústrias culturais.

1.3. Apresentação do plano da dissertação

A introdução, ou **Capítulo 1**, apresenta a problemática associada ao tema da auto-suficiência dos artistas da criação artística, sendo que, no decorrer da dissertação é feito um especial enfoque nas artes do espectáculo, mais particularmente na dança contemporânea. Apresentamos nesta fase os objectivos, a metodologia utilizada e as hipóteses que servem de suporte a toda a dissertação. Segue-se o enquadramento teórico, composto pelos capítulos 2, 3, 4, 5 e 6.

O **Capítulo 2** enquadra a problemática vivida à volta do tema dos financiamentos directos e indirectos à arte, desde as civilizações antigas até aos dias de hoje. Iniciamos com uma análise sobre as encomendas artísticas na idade média, seguidamente analisamos a influência da religião na arte (quando o cristianismo se tornou a religião oficial do Império romano). A evolução das sociedades trouxe consigo a evolução científica e técnica pelo que também destacaremos neste capítulo a descoberta da tinta em tubo que possibilitou a pintura *en plein air*, fora dos ateliers e oficinas, potenciando o desenvolvimento de novos meios de expressão muito diferentes daqueles que durante séculos obrigavam os artistas a desenhar no exterior os motivos que não podiam levar para o interior do atelier como árvores, plantas, rios, etc. Com o século XX a arte tornou-se revolucionária, quebrou regras e barreiras e o próprio conceito de arte foi posto em questão.

Com o **Capítulo 3** pretendemos compreender de que forma se relaciona a sociedade ocidental com os produtos de consumo das massas e com as obras de arte em geral. Será importante analisar até que ponto é responsabilidade social do Estado ou das empresas apoiar a criação artística e os seus autores. Deverá a cultura ser democratizada tornando-se acessível a toda a população e ajudando, desta forma, ao desenvolvimento do gosto individual e consequentemente ao desenvolvimento da sociedade?

Faremos, nesta fase, uma clara distinção entre conceitos que estarão sempre presentes ao longo da dissertação. Parece-nos importante distinguir arte de cultura, e analisar as diferenças e pontos de contacto entre a responsabilidade social do Estado, patrocínios, mecenato e doações privadas.

No **Capítulo 4** estudaremos o sector das artes do espectáculo e a sua necessidade de obtenção de apoios e subsídios. Este é um sector ainda pouco estudado e que demonstra ter algumas fragilidades a nível da sua própria auto-subsistência. Será importante perceber porque apresenta este sector necessidades constantes e custos fixos que dificultam a sua subsistência e porque não consegue produzir produtos tangíveis cuja aquisição interesse a colecionadores e grandes mecenas. Faremos uma introdução histórica sobre o desenvolvimento das artes do espectáculo juntamente com o desenvolvimento das sociedades ocidentais.

Apesar dos espectáculos deste sector serem populares torna-se claro que não conseguem atrair as grandes massas e que portanto não se conseguem tornar verdadeiramente rentáveis. Dentro das artes do espectáculo daremos particular atenção à dança contemporânea, por considerarmos que poucos estudos têm sido feitos sobre esta arte que apesar de secular, ainda depende de apoios para conseguir subsistir e desenvolver criativamente.

No **Capítulo 5** recorreremos a estatísticas tornadas públicas pelo INE (Instituto Nacional de Estatística) para tentarmos perceber qual a realidade em Portugal referente ao nível de subsídios auferidos às artes do espectáculo e qual a afluência do público em geral a estas obras. Introduz-se a problemática da atribuição de apoios essencialmente a grupos sobejamente conhecidos, e portanto grupos que à partida não serão os que mais apoios necessitarão.

Por último, a **Conclusão e considerações finais** apresenta a conclusão do trabalho e faz um balanço dos resultados obtidos deixando em aberto a possibilidade da realização de novos estudos que ajudem o sector das artes do espectáculo e a dança contemporânea em particular conseguir garantir a sua auto-suficiência de forma coerente e progressiva.

A dissertação é complementada por uma lista bibliográfica e por um anexo de imagens e de tabelas.

Breve história da encomenda artística

Neste capítulo, pretendemos fazer um breve levantamento histórico que nos ajude a perceber de que forma os artistas se relacionaram, desde as civilizações antigas até às sociedades contemporâneas, com os seus mecenas, com as encomendas de obras de arte e com a sociedade em que se inseriam.

A história da encomenda artística tem andado de mãos dadas com a história dos objectos de arte e das chamadas artes do espectáculo (dança, teatro, ópera...). Facilmente, podemos observar a importância que as encomendas de obras de arte tiveram para os artistas que as realizaram, e para o desenvolvimento cultural e económico das sociedades.

Parece-nos importante avaliar se a criação artística e o posicionamento do artista dentro das sociedades tem evoluído a par e passo com estas. Será que de alguma forma, o desenvolvimento tecnológico, científico e cultural das sociedades têm influenciado de forma directa a criação artística? Terá a religião, os seus representantes (como os papas, padres, bispos) e praticantes (homens religiosos com poder económico e de influência), influenciado directamente a criação de obras de arte ao longo da história? De que forma conviveram e convivem ainda hoje os artistas e os profissionais especializados em compra e venda de obras de arte com o desenvolvimento do comércio de obras? Como se justifica a valorização de algumas obras e a própria ascensão a um certo estatuto de celebridade por parte de alguns artistas?

2.1. As civilizações antigas

Os estratos superiores de civilizações como a grega, romana ou egípcia encomendavam obras de arte a oficinas organizadas onde trabalhavam os grandes artesãos, que na altura não eram vistos nem considerados como artistas. As representações que lhes eram encomendadas apresentavam-se como sendo mais ou menos realistas e representativas do quotidiano, apesar da rigidez artística a que os artesãos eram obrigados a seguir.

A qualidade artística de muitas obras gregas era elevada e a sua beleza merecia tal estima que as melhores ostentavam com frequência a assinatura dos seus autores¹ (a partir de meados do século VI), o que é um indício de que certos artistas – oleiros e pintores – sentiam orgulho pelo seu trabalho e chegavam a ganhar fama pelo estilo pessoal. (Janson, 1977:97)

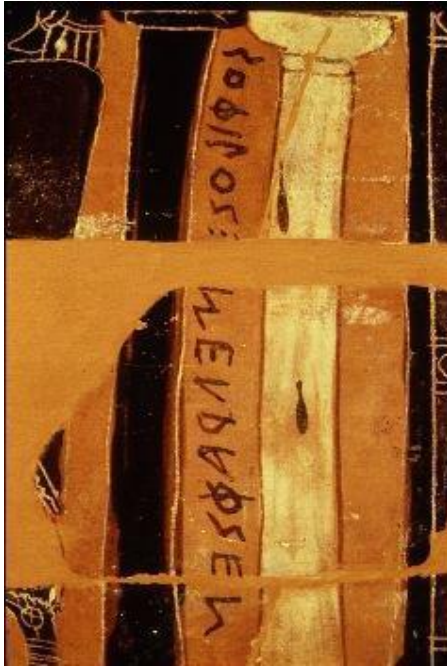


Fig.1 - Dinos de figuras negras, Ática, c. 570 a. C.; assinado com a inscrição ΣΟΦΙΛΟΣ [...] ΜΕΓΡΑΦΣΕΝ, "Sophilos desenhou-me". Londres: British Museum: 1971.11-1.1

No Egito, as oficinas só realizavam obras a partir de encomendas, sendo que a grande maioria destas se destinavam ao faraó, na Mesopotâmia os artesãos trabalhavam essencialmente para os diversos reis e na China para o Imperador.

A sociedade romana, do século V a.C., era formada por patrícios (nobres proprietários de terras), plebeus (comerciantes, artesãos e pequenos proprietários), clientes (homens livres que se associavam aos patrícios, prestando-lhes diversos serviços pessoais em troca de auxílio económico e protecção social) e escravos. A vida cultural, tal como todas as realizações romanas, teve sempre um sentido prático, realista e virado para o concreto. Os romanos tiveram uma profunda admiração pela arte grega de todas as épocas e variedades. Desde muito cedo importaram originais arcaicos, clássicos e helenísticos aos milhares e copiavam-nos em quantidades ainda maiores. A produção artística romana

¹ Encontramos vários exemplos de ceramistas e pintores que ocasionalmente assinavam as suas obras cerâmicas. As primeiras marcas encontradas datam do séc. VI em pedaços de Corinto. Foram encontrados, também alguns exemplares com gravações dos nomes dos personagens e objectos retratados.

assentava francamente em fontes gregas e muitos dos seus artistas, desde os tempos da República até ao fim do Império, foram de origem helénica. A reputação dos Romanos como imitadores parece confirmada pelas vastas quantidades de obras que se apresentam como cópias, imitações ou variantes de modelos gregos de todas as épocas que serviam as encomendas do Império. (Janson, 1977:155-166)

A cultura romana resultou de um processo de síntese da cultura etrusca, que lhe legou os fundamentos da vida urbana, da hierarquia social e das primeiras crenças; da grega, que lhe forneceu modelos artísticos, literários, filosóficos e religiosos, e ainda da oriental, que lhe incutiu o gosto pela monumentalidade, pelo conforto, pelo luxo e também pelo misticismo. As chamadas artes menores foram marcadas pela preocupação com o realismo: os relevos representavam principalmente cenas religiosas e temas históricos (ligados à mitologia e aos imperadores); na pintura destacaram-se os frescos das paredes das casas nobres; na escultura foram importantes os bustos, feitos com muito realismo.

2.2. A influência da religião na arte

Quando o cristianismo se tornou a religião oficial do Império foi necessário criar novas formas de expressão a nível artístico para a decoração dos novos templos, que se distinguissem de uma maneira clara das anteriores. Mais uma vez, foram feitas encomendas para servir os propósitos da nova religião, fossem elas grandes catedrais que simbolizavam o poder e riqueza da própria cidade, como esculturas que decoravam os portais e outras zonas das paredes exteriores ou a estatuária interior que ocupava os altares e outros nichos, sem esquecer essa arte maior da Idade Média que são os vitrais.

Foram proibidas as danças teatrais, por representantes da Igreja, pois algumas delas apresentavam movimentos muito sensuais. Mas os bailarinos ambulantes continuaram a apresentar nas feiras e aldeias mantendo a dança teatral viva. Alguns países mantiveram viva a tradição dos *Mistérios*, peças religiosas. (Harwood, 1984:77-100)

Embora com mais liberdade criativa, também os pintores do século XIV e as suas oficinas se encontravam dependentes da procura das suas obras que normalmente eram feitas através de ricos mercadores. Um dos temas que começou a ser bastante procurado para além dos temas frequentes das paisagens rurais ou citadinas foi a exploração das novidades, dos novos acontecimentos, dos descobrimentos que chegavam à Flandres através das feitorias portuguesas.

Todas as novidades, exageros e excessos, não passam de uma manifestação entre tantas de uma necessidade de esteticismo, do culto da ornamentação e do espectáculo que caracterizou o fim da Idade Média, mas que se prolongou muito para diante. Nos séculos XIV e XV impuseram-se, nas formas da cultura, um espírito barroco, o gosto do cenário teatral e feérico, a atracção do exotismo, do raro e das fantasias gratuitas correspondentes ao triunfo da cultura cortês, do seu ideal de jogo e rebuscamento mundano. (Lipovetsky, 1989: 85)

As encomendas de carácter religioso perduraram durante toda a Idade Média desde o Românico ao Gótico. No fim da Idade Média (século XV), são numerosos os sinais que testemunham uma tomada de consciência inédita da identidade subjectiva, da vontade de expressão da singularidade individual, da exaltação da individualidade.

Com o desenvolvimento e fortalecimento do protestantismo dá-se uma alteração a nível estético das obras de arte. Os protestantes² deixaram de valorizar quase exclusivamente a imagem religiosa levando a que muitos artistas começassem a pintar temas livres. Estas obras eram posteriormente compradas para servirem de decoração das casas dos grandes burgueses, de palácios, e de alguns reis que desenvolveram um gosto e vontade de adquirir as referidas obras a título pessoal.

2.3. A mobilidade das obras de arte

As actividades comerciais desenvolvem-se à escala mundial. A mobilidade dos quadros pela Europa influenciou grandemente os artistas da época. À medida que os artistas ganhavam notoriedade e volumes maiores de encomendas, aumentavam as solicitações dos seus trabalhos por parte dos mecenas que tentavam cativar para si as melhores obras protegendo-as e garantindo que com o romper do Renascimento estes artistas deixavam de ser meros mestres pertencentes a oficinas. A pintura a óleo desenvolve-se e substitui a tempra sobre madeira, o fresco, o mosaico e o vitral que eram sobretudo técnicas de pintura de parede (grande escala). A arte torna-se, assim, móvel e mais comercial. Os quadros a óleo são portáteis, têm formatos mais pequenos, são mais leves e não são *site-specific*. Esta nova técnica influenciou principalmente os chamados *Pintores flamengos primitivos* que foram os primeiros a popularizar o uso da pintura a óleo. Os seus quadros exaltam uma cultura visual fundamentada em tradições que privilegiam a observação atenta do mundo natural e valorizam a superfície material da imagem.

² O protestantismo nasceu com Martinho Lutero (1483 – 1546) quando este se insurgiu numa contestação directa contra os vários abusos da Igreja Católica Romana (remissão e punição dos pecados) e que precipitaram a Reforma Protestante. As teses Lutero que escreveu sobre o tema originaram algumas mudanças na dependência absoluta do artista em relação à encomenda para sua sobrevivência, especialmente no norte da Europa.

O reconhecimento do trabalho de certos mestres fez com que estes se tornassem celebridades e com que fossem constantemente solicitados para trabalhar em cidades vizinhas às suas. Os artistas, cientes do seu mérito passaram a exigir que às suas obras fosse reconhecido o seu valor, no entanto, continuaram dependentes das encomendas de mecenas. As temáticas religiosas continuavam a ser as mais frequentes já que muitos mecenas eram os próprios senhores da Igreja salientando-se o Papa Júlio II (1443-1503), que se tornou num dos maiores mecenas do seu tempo.

Os Papas foram, em geral, grandes mecenas, principalmente nesta época em que encomendavam tanto obras para a Igreja como para si próprios. Normalmente encomendavam grandes obras como túmulos, ou pinturas murais para os seus aposentos em que faziam questão de figurarem eles próprios na obra em questão.

Os particulares (burgueses ricos) para além de admirarem o retrato e encomendarem frequentemente muitas obras representativas da sua imagem e da sua família (Fig.1), também gostavam de exibir o seu poder económico oferecendo à Igreja pinturas religiosas de vários temas. Nestas ofertas estavam sempre representados e integrados na composição de uma forma bastante evidente os seus mecenas. As representações destes mecenas eram geralmente feitas em primeiro plano para que estes fossem reconhecidos como devotos à religião católica mas também serviam para evidenciar a sua própria importância ao serem reconhecidos através de uma pintura cujo tema religioso acabava por ser secundarizado.



Fig.2 – Hugo van der Goes, Retábulo Portinari, 1476-79 , óleo sobre madeira, 253x586cm, Galleria degli Uffizi, Florença.

A aristocracia também foi levada a imitar e a formar entre si grandes mecenas, eles próprios tentando rivalizar uns entre os outros fomentando desta forma rivalidades entre cidades vizinhas. Florença é exemplo disto mesmo através da poderosa e riquíssima família Médici que deixou para a história um importante legado de obras de arte e arquitectura³. Artistas como Miguel Ângelo, Leonardo da Vinci (Fig.2) e Rafael destacaram-se durante o Renascimento pela qualidade extrema das obras que realizaram e pelo facto de estes se apresentarem como artistas versáteis capazes de criar obras de arquitectura, pintura e escultura⁴.

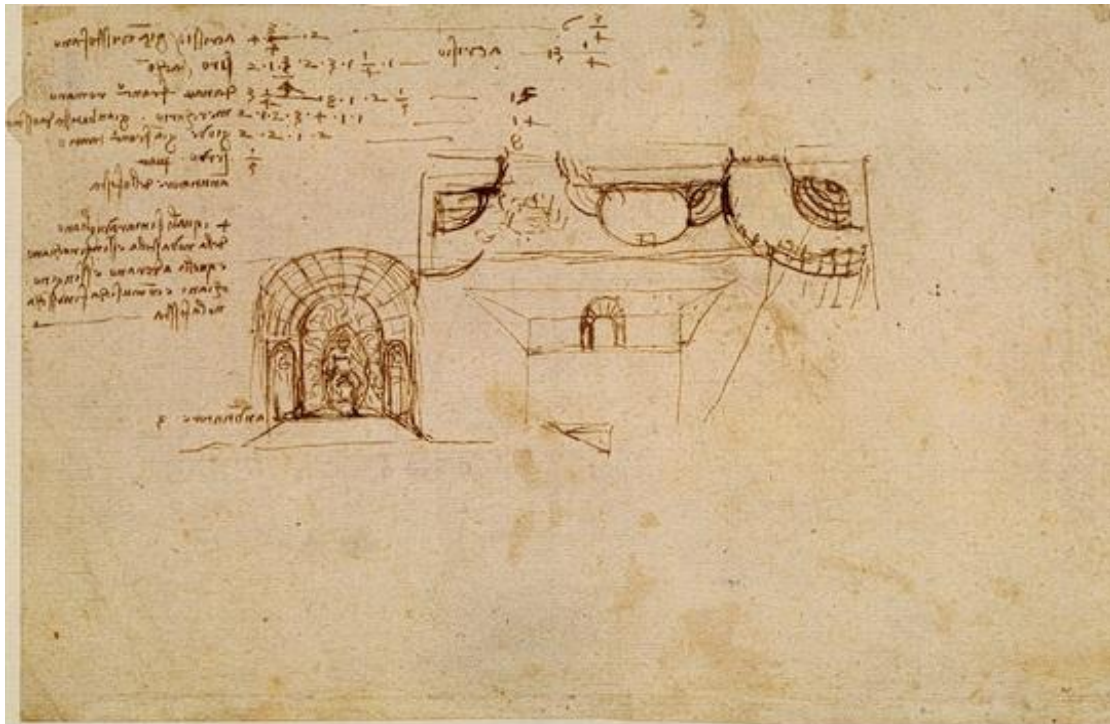


Fig.3 – Leonardo da Vinci (1452-1519), *Design de palco*, caneta e tinta castanha, 20,2 x 13,3 cm, Rogers Fund. 1917

³ Os Médici constituíam uma importante família florentina que começou por ganhar proeminência no comércio da lã, em inícios do séc. XIV. A criação do Banco Medici – que chegaria a tornar-se o maior da Europa - em 1397, permitiu aumentar a riqueza da família e os Medici acabariam por tornar-se o poder político em Florença – embora, oficialmente, permanecessem simples cidadãos. Em 1531 Alessandro de' Medici ascendeu a Duque de Florença. Sucedeu-lhe um primo afastado, Cosimo I de' Medici, Grão-duque da Toscana em 1537. Houve quatro papas Médici, também eles patronos das artes em Florença e Roma. As colecções de arte dos Médici podem ainda hoje ser apreciadas na Galleria degli Uffizi e no Palazzo Pitti.

⁴ Em Florença, Milão ou Roma, onde quer que estivesse Leonardo da Vinci, este cumpria sempre o hábito de reunir pequena multidão em praça pública, para expor suas ideias de engenheiro, pintor, escultor, filósofo, músico ou poeta. Leonardo levou ao extremo a sua capacidade criativa na procura incessante da criação de máquinas de guerra para a protecção da cidade de Roma, com os seus ambiciosos e mirabolantes projectos de máquinas voadoras, viajou por toda a Itália projectando e fiscalizando obras, fez estudos sobre drenagens de pântanos desenhando minuciosamente mapas. Todas estas encomendas desviavam-no dos seus verdadeiros interesses, pois para dar resposta às encomendas dos mecenas dos quais dependia monetariamente ficava sem tempo para realizar projectos artísticos que muitas vezes acabavam por ficar apenas no papel ou incompletos. Também Miguel Ângelo deixou muitas obras por acabar para conseguir dar resposta a encomendas dos mecenas de quem dependia na altura e que lhe exigiam a realização de obras como o túmulo do papa Júlio II ou a pintura do tecto da Capela Sistina.

No século XVII seguindo o espírito da Contra-Reforma⁵, as Igrejas continuaram a recorrer às oficinas dos vários artistas para a ocupação dos espaços, agora também eles com uma estética arquitectónica diferente que melhor se adaptava, não só às novas directrizes religiosas como também à evolução do gosto da sociedade.

O Barroco (séc. XVII e séc. XVIII) levou os soberanos a avançar com programas de apoio às artes fomentando a construção de Teatros Reais e de Óperas e concedendo o monopólio da representação a companhias reais destinadas a entreter a corte. Por outro lado, o Iluminismo com raízes germânicas enaltecia o valor do Teatro e da Ópera na educação do povo para a honra dos diversos príncipes, com funções morais e patrióticas.

Nos Países Baixos e na Alemanha, a partir do momento em que a religião deixa de ter importância na encomenda e consequentemente influência na vida dos artistas, estes desenvolvem um novo tipo de oficinas mais independentes dos mecenas. Embora não tenham podido fugir à encomenda, os artistas começaram a criar as suas obras de forma mais livre e descomprometida. Estas obras eram geralmente compradas por burgueses que desejavam decorar as suas novas e ricas casas com pinturas de qualidade.



Fig.4 – Ambrosius Bosschaert, o Jovem, Natureza morta, 1627, óleo sobre prata, 33x23cm, colecção privada.

⁵ **Reforma Católica** é o nome dado ao movimento criado no seio da Igreja Católica em resposta à Reforma Protestante iniciada com Lutero, a partir de 1517. Em 1543, a igreja convocou o Concílio de Trento estabelecendo entre outras medidas, a retomada do Tribunal do Santo Ofício (inquisição), a criação do "*Index Librorum Prohibitorum*", com uma relação de livros proibidos pela igreja e o incentivo à catequese dos povos do Novo Mundo, com a criação de novas ordens religiosas dedicadas a essa empreitada, incluindo aí a criação da Companhia de Jesus. Outras medidas incluíram a reafirmação da autoridade papal, a manutenção do celibato, a criação do catecismo e seminários, a proibição das indulgências.

Após a sua separação da Flandres, em 1581, a Holanda rapidamente desenvolveu tradições artísticas próprias. Países de lavradores, mercadores e de marinheiros, o próprio Protestantismo levava também a que os artistas não beneficiassem aí de grandes encomendas públicas do Estado e da Igreja, como era corrente nos países católicos. Para além de um apoio limitado das autoridades municipais, o colecionador particular tornou-se o principal suporte do pintor. Mas não houve abrandamento de produção. Na verdade, por volta de 1600 “o país inteiro parecia tomado de uma espécie de mania de coleccionar” (Janson, 1992:525). Como refere um viajante da época, os quadros tinham-se tornado uma mercadoria, crescendo tanto em volume como em variedade: “as suas casas estão cheias de quadros e vendem-nos nas feiras com grande lucro” (citado por Janson, *ibid.*). Obedecendo às leis da oferta e da procura, muitos artistas trabalhavam “para o mercado” e já não para clientes individuais. Ao invés de pinturas religiosas (que, aliás, eram muitas vezes alvo da fúria iconoclasta dos Protestantes) ou temas mitológicos, este público camponês e burguês preferia assuntos próximos do seu dia-a-dia: paisagens, vistas arquitectónicas, naturezas mortas - todos estes géneros se desenvolveram sobretudo na segunda metade do século XVII, atingindo um grau de especialização até aí desconhecido.

Apesar de não ser essencial para a realização de uma obra, era normal a encomenda de temas específicos como retratos ou outras representações particulares. É disso exemplo *A Ronda da Noite* (1642), cujo verdadeiro título começou por ser *A Companhia do Capitão Frans Banning Cocq* pintado numa altura em que Rembrandt era o mais procurado pintor de retratos de Amesterdão e possuidor de uma notável fortuna. Uma lenda atribui o declínio da sua situação económica a partir de 1642 precisamente às liberdades que tomou na representação da companhia militar (Janson, 1992:530), cujos membros contribuíram individualmente para o custo do quadro mas que Rembrandt não tratou de modo igual, escondendo na sombra, ou atrás de outras figuras, alguns dos seus clientes que manifestaram desagrado.

Durante todo o séc. XVIII o panorama de dependência dos artistas em relação aos seus mecenas manteve-se a par de uma produção própria, não sujeita a encomendas por parte dos artistas que se evidenciava pela sua grande qualidade artística, pela técnica e por uma grande criatividade.

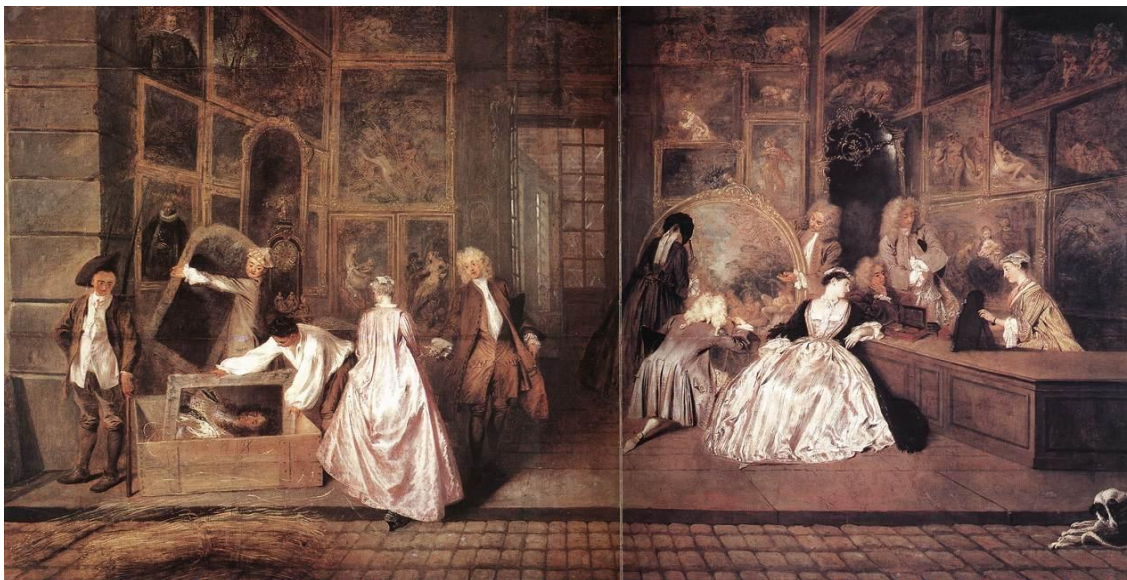


Fig.5 - Antoine Watteau, *L'Enseigne de Gersaint*, 1720, óleo sobre tela, 163 x 306 cm, Schloss Charlottenburg, Berlim

A possibilidade da utilização de tintas em tubo, aparece no século XIX e foi imediatamente admirada pelos artistas da época pois possibilitava a pintura *en plein air*, fora dos ateliers e oficinas, potenciando o desenvolvimento de novos meios de expressão muito diferentes daqueles que durante séculos os obrigavam a desenhar no exterior os motivos que não podiam levar para o interior do atelier (árvores, plantas, rios...). Desenvolveu, também o comércio de obras de arte, pois a partir desta época foi possível a criação de lojas que pudessem expor e vender quadros. O quadro de Watteau (Fig.3), de 1720, representa uma loja onde se comercializavam quadros, no séc. XVIII, evidenciando a importância que a venda de quadros ganhou entre a média e alta sociedade.

Até ao século XX a arte caracterizava-se por uma multiplicidade de diferentes níveis de leitura desde as representações sacras (extremamente comuns), às rígidas regras da proporção, à harmonia musical, às leis da óptica, etc., que abrangendo tantas camadas do conhecimento humano faziam com que cada obra fosse por uma razão ou por outra facilmente compreendida por um grande número de pessoas, independentemente do seu nível de informação cultural. (Fusco, 1988:9)

2.4. O século XX

A sociedade ocidental vive, no início do século XX, várias transformações principalmente, a nível económico. O Comércio que se tinha fortalecido após as revoluções industriais, ocorridas na Europa, fortificou definitivamente o capitalismo principalmente, através das

novas descobertas científicas e, conseqüentemente, através do avanço tecnológico. Os valores do interesse económico ganharam mais relevância em detrimento dos valores humanos. A lei do mercado passou a reger a sociedade, e com isso, levou a que quem conseguisse acompanhar esse ritmo e essa ideologia de vida, talvez, conseguisse sobreviver. Aquele que não acompanhasse o novo ritmo imposto ficava a mercê dos dias e dos tempos, isto é, acabava por ser marginalizado pela sociedade.

O domínio da razão humana, que durante o Iluminismo foi visto como uma doutrina, passou a dar lugar ao domínio da razão técnica. Como referem Adorno e Horkheimer, a razão tornou-se instrumental.⁶

A essência da arte do século XX é a constante mudança, o próprio conceito de arte é posto em questão. As várias correntes da pintura e escultura contemporânea abandonaram um código múltiplo e adoptaram códigos particulares e especializados. Correntes como o Cubismo, Fauvismo, Expressionismo, Dadaísmo, Surrealismo entre outros ajudaram a fazer com que a arte passasse a gozar de uma notória popularidade. As obras valorizam-se pelo que os seus preços sobem em flecha, coleccionadores privados encomendam obras em quantidades sem precedentes. Museus e galerias de arte dificilmente conseguem conter as multidões de visitantes que afluem às inaugurações das exposições. Os preços astronómicos que as obras clássicas dos tempos modernos atingem nos leilões de Londres e Nova Iorque constituem um investimento para o futuro. (Honnet, 1992:11)

Revela-se uma tendência para o aumento do êxito das grandes obras, como estas não estão sujeitas a um grande desgaste, constituem, em princípio, melhor investimento que, por exemplo, os automóveis. Os hábitos americanos começam a infiltrar-se na Europa: para pertencer à elite social – ou àqueles que se consideram como tal – é preciso saber falar de arte. (Honnet, 1992:11)

Na primeira metade do século, o conceito básico da arte contemporânea e o conceito de vanguardismo estava quase automaticamente ligado à ideologia do progresso, característica da moderna sociedade industrial, não necessariamente com a aprovação dos próprios artistas, pois para estes, burguesia era sinónimo de tacañhez. Porém, a crença no progresso que dominava a sociedade não deixou de influenciar a arte e reflectir o espírito da época. (Honnet, 1992:11)

⁶ Cf. Max Horkheimer e Th. W. Adorno, *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid: Trotta, 1997; e sobretudo M. Horkheimer, *Kritik der instrumentellen Vernunft*, Frankfurt, 1967 (anteriormente editado em inglês como *Eclipse of Reason* [1947], mas que a partir da ed. alemão tomou o título de *Crítica da Razão Instrumental*; ed. castelhana, Buenos Aires, 1974; nova ed. inglesa *Critique of Instrumental Reason*, Nova Iorque, 1974)

A mistura de variadas disciplinas artísticas (pintura, escultura, performance, fotografia, entre outras) tornou-se rapidamente numa das principais características dos novos artistas de vanguarda, sendo que quase nenhum artista de vanguarda se dedicou exclusivamente a uma disciplina. No seu conjunto, as obras de Pós-Vanguarda completam-se num ambiente multimidiático que, no entanto, nada tem em comum com a obra de arte total do Romantismo.

Os artistas já não se consideram *outsiders*, inserem-se conscientemente no mundo dos *media* da cultura de massas: assim, os génios burgueses dos séculos XIX e XX tornaram-se super-estrelas da arte contemporânea. (Honnet, 1992:29)

“Nós queremos cantar o amor ao perigo, a coragem e a temeridade”, diziam os futuristas no início de século XX, através do manifesto fundador de Marinetti. Este movimento serviu como incentivo ao cruzamento de diversas linguagens, como grito contra as formas artísticas instituídas a que se assistia ao longo das *soirées* futuristas. Anos mais tarde, Marinetti criou o *Manifesto do Teatro de Variedades*, que mais que um manifesto entre outros, mais do que qualquer apresentação artística, que dominavam muitas dessas *soirées* em leituras empolgadas, eram manifestos escritos por pintores, músicos e outros artistas futuristas. Apesar do referido, que reflectia também a preocupação pelas questões estilísticas na arte, é um facto que é neste momento da história que se assiste ao grito do artista e se desloca o centro de atenção para a pessoa do artista. Ainda no colectivo do movimento, ele é já destabilizador e questiona a decadência política e o *esclerosamento* de formas de arte tradicionais. A fuga do existencialismo e a viragem para a semiótica (da identidade para a linguagem da arte) tornou-se óbvia no trabalho de inúmeros artistas das vanguardas artísticas dos anos 60 e inseparável das novas realidades políticas e sociais da década, especialmente na América. Desenvolveu-se a Era da informação, da tecnologia vídeo e da televisão apareceu como media acessível e de consumo fácil das massas. Os americanos que passavam em média sete horas diárias frente aos televisores passaram a ser objectos de desejo e de consumo das massas. A influência que a televisão tinha na forma como cada vez mais pessoas viam o “mundo” tornou-se um assunto de grande interesse para vários artistas no início dos anos 60. A história da vídeo arte segue de muito perto os desenvolvimentos de outras vanguardas artísticas, como a pop arte, o minimalismo, a arte conceptual, a fotografia, a performance e a arte digital. Nos Estados Unidos da América do Norte, a tradição puritana, calvinista e quaker dos Pilgrim Fathers associada ao facto de o sucesso dos imigrantes no Novo Mundo ter sido atingido, não através de subsídios do Estado, mas do trabalho árduo num ambiente de mercado competitivo marcou a filosofia de apoio às artes do espectáculo. A partir de meados do

século XIX o efeito James Smithson⁷ (cujo nome foi aproveitado para Smithsonian Institute) foi-se alargando a outras famílias ricas que apoiaram não só as Artes Plásticas mas também as artes do espectáculo – a exemplo da Metropolitan Opera de New York e da Boston Symphony Orchestra – nascendo o forte pendor da doação privada no apoio às artes, na sociedade americana. Somente nos anos 60 do século XX, com a criação do NEA – National Endowment for the Arts (para o que contribuiu decisivamente o trabalho de W. Baumol nesta área) – o Estado começa a exercer uma acção articulada no apoio às artes do espectáculo, que se tem mantido até aos tempos de hoje, não deixando, porém, de estar sujeito a fortes controvérsias políticas. Este apoio é, no entanto, inferior à doação privada que desempenha aqui um papel diferente do que desempenha na Europa. Nos anos 70, Acconci e Nauman apontam literalmente as câmaras de vídeo a si próprios usando-as como uma extensão dos seus corpos, dos seus movimentos. Esta forma intensamente física de trabalhar esteve até aqui muito associada à pintura, com o Expressionismo Abstracto, que deu grande ênfase ao acto físico do artista enquanto criação artística. Altera-se assim a relação entre o público e a obra e obriga-se a um feedback instantâneo que altera a experiência do primeiro através do espaço que o seu próprio corpo ocupa dentro da obra. Em geral a arte conceptual focaliza-se na experiência própria do artista. Não há preocupação em satisfazer o cliente, os artistas experimentam livremente matérias, técnicas e os seus próprios corpos, tentando sempre quebrar as barreiras existentes. O facto de ser premiada a relação entre a obra e o espectador fez com que se mudasse a forma de perceber a obra de arte, sua experiência altera-se pelo espaço que o seu próprio corpo ocupa dentro da obra. Com o desenvolvimento de câmaras digitais e a cores começaram a aparecer instalações artísticas de grandes dimensões, começaram a ser utilizadas paredes inteiras para as projecções vídeo, fachadas de prédios. O espaço físico tem vindo a aumentar e as mensagens têm-se tornado mais pessoais. Os novos artistas foram criados numa época de saturação dos *mass media*.

Nos anos 80, com o fim do Pós-modernismo avista-se o fim do paradigma Modernista – o *fim da narrativa* (Lyotard)⁸. É nesta altura que o mercado da arte começa a prosperar de uma forma inequívoca, especialmente no mercado americano. Comprar arte era

⁷ O Smithsonian Institut foi fundado para a promoção e disseminação de conhecimento pelo cientista britânico James Smithson (1765-1829). No seu testamento Smithson declarou que se o seu sobrinho e herdeiro Henry James Hungerford, morresse sem deixar descendentes, o património dos Smithson deveria ser doado ao governo dos Estados Unidos para a criação de um "estabelecimento para a expansão e difusão de conhecimento entre os homens".

⁸ Em "A Condição Pós-moderna", Jean-François Lyotard (1989: 12) define o pós-moderno como "a incredulidade em relação às metanarrativas" caracterizadas por algum tipo de verdade transcendente ou universal.

considerado chique pelo que esta tornou-se um objecto de investimento, tal como acções na Bolsa. Charles Saatchi é o mais conhecido desses coleccionadores que começaram a comprar obras nos anos 80, um homem que ainda possui poder de determinar o destino da carreira de um artista ainda hoje em dia. A alta sociedade americana já não se satisfazia com o seu papel tradicional de distinta patrocinadora dos museus (patrocínio este que era visto como sendo uma obrigação para com a comunidade). A procura de galerias de arte que estivessem na moda passou a ser habitual dentro de uma classe endinheirada que procurava desta forma assistir a inaugurações de exposições de arte e a visita aos artistas nos seus estúdios. (Emmerling, 2003:8)

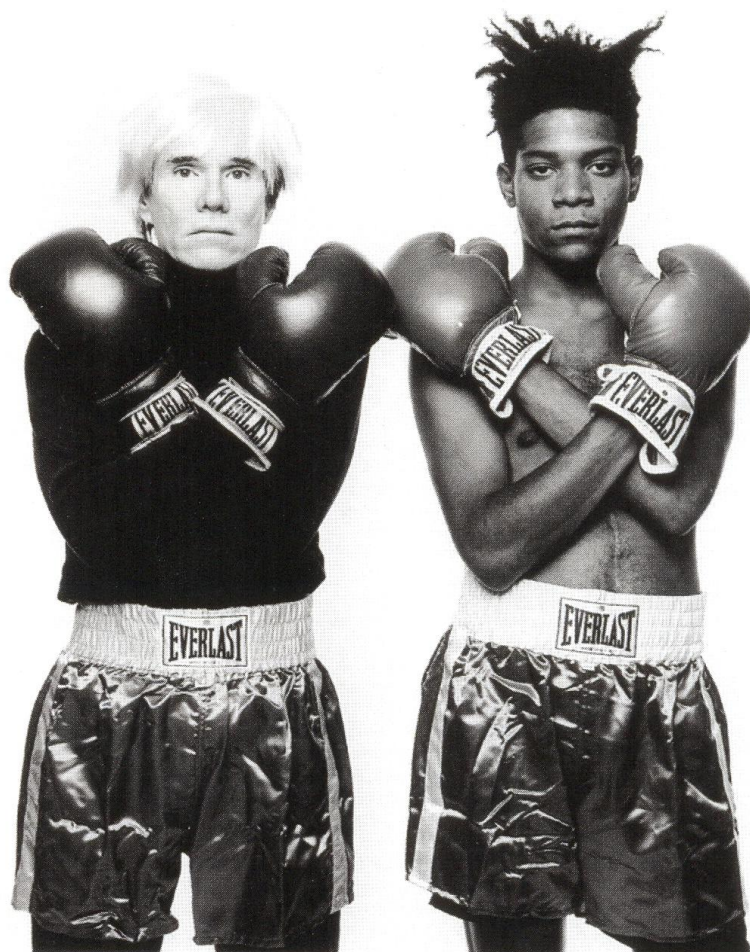


Fig. 6 – Michael Halsband (1985) Warhol e Basquiat, Fotografia para exposição na Galeria Tony, Shafrazi, Nova Iorque

A arte tornou-se uma parte essencial do estilo de vida americana. Incentivados pelo receio de não estarem em “cima dos acontecimentos”, os coleccionadores compravam tudo o que fosse apresentado como sendo “o ultimo grito da moda”. De repente, os potenciais coleccionadores tinham de ficar em listas de espera para poderem comprar obras dos

mais recentes pintores ídolos, como Jean-Michel Basquiat, Eric Fish, Julian Schanabel e Keith Haring. Isto fez com que os artistas, movidos pelas leis da procura e oferta do mercado e pela procura do lucro produzissem obras apenas para responder à procura do mercado. Os resultados desastrosos deste sistema nas vidas e carreiras dos artistas depressa se tornaram óbvios. Quando antes o principal objectivo era ter as melhores obras nos museus, agora o objectivo era simplesmente vender, vender indiscriminadamente. As obras mais características de uma carreira ficavam habitualmente para coleccionadores privados, para reaparecerem dois ou três anos mais tarde no mercado, impondo preços que nenhum museu podia suportar. (Emmerling, 2003:8) A expansão no mundo da arte foi promovida por um novo tipo de proprietário de galeria de arte. Controlando a forma como um artista era promovido, este novo comerciante de arte também definia as regras do jogo estabelecendo e manipulando os preços das obras artísticas. Mary Boone, que representou Basquiat durante dois anos, sabia usar os *media* com perfeição de forma a levar o público a falar emotivamente sobre a sua galeria de arte e sobre ela própria. De repente, as capas de revista e os cabeçalhos não eram monopólio das celebridades do mundo do espectáculo, uma vez que estas tiveram de dar lugar a um novo tipo de celebridade da cena artística. Os negociantes de arte tornaram-se estrelas contínuas e sedentas dos *media*, e o plano de negócios deles determinava a orientação da arte contemporânea. (ibid.:9)

Conclusão:

A criação de obras artísticas fez sempre parte integrante das sociedades, mas apesar da importância que os artistas conquistaram ao longo do tempo e da forma como contribuíram para o desenvolvimento cultural e artístico das mesmas, nem sempre conseguiram garantir a sua subsistência financeira de forma consistente.

A arte esteve, desde as civilizações antigas como a grega e a romana, até aos dias de hoje, associada ao prestígio social e poder político, pelo que cedo apareceram mecenas interessados em apoiar os artistas, apoiar a criação de obras de arte e o comércio das mesmas. Para além dos mecenas individuais, foi também desenvolvido um interesse crescente por parte dos governantes das sociedades que desenvolveram vários tipos de apoio e incentivos à criação artística.

Eventos como a implementação do Cristianismo como religião oficial do Império Romano, a Reforma Protestante iniciada por Lutero, as grandes descobertas científicas e tecnológicas, tiveram fortes implicações e provocaram alterações profundas nas sociedades, levando a que a situação da arte e o posicionamento dos artistas também se alterasse. O desenvolvimento da pintura a óleo, nomeadamente sobre tela de linho,

permitiu a mobilidade dos quadros pela Europa, fazendo com que aumentasse exponencialmente a procura e encomenda de obras de arte. Desta forma, os mecenas e os colecionadores tentaram cativar para si as melhores e mais importantes obras, fazendo com que alguns artistas vissem as suas obras ganhar notoriedade e valorização. Desenvolve-se, nesta altura, um forte comércio de obras de arte e aparecem as primeiras lojas especializadas em venda de quadros (celebrizam-se os artistas e valorizam-se as obras).

O século XX trouxe consigo várias mudanças e é nesta fase que vemos os preços das obras de arte mais importantes subir em flecha e observamos alguns artistas conquistarem o estatuto de celebridade (estatuto já auferido no Renascimento a artistas como Leonardo da Vinci, Miguel Ângelo, entre outros).

Arte e indústrias culturais

Neste capítulo pretendemos fazer uma análise genérica que nos permita compreender de que forma se relaciona a sociedade ocidental com os produtos ditos culturais - i.e., objectos de função simbólica mas que podem/devem ser também encarados como bens de consumo - bem como com as obras de arte em geral. Nesse sentido, começamos por tentar estabelecer uma clara distinção entre arte e cultura, objectivo nem sempre fácil, sendo que ao longo do trabalho discutiremos o posicionamento de diferentes autores relativamente a esta questão. Iremos igualmente analisar a emergência dos *novos media*, e avaliar o desenvolvimento das indústrias culturais e criativas e tentar perceber como e porquê têm adquirido uma tão grande importância ao longo dos últimos anos.

Finalmente, tentaremos também responder, ao longo deste capítulo, a diversas perguntas que nos ajudarão a perceber melhor o lugar da cultura e da arte na sociedade contemporânea. Até que ponto é responsabilidade do Estado ou das empresas que convivem com as indústrias culturais, com os artistas e obras de arte, apoiar e financiar a sua existência? Porque não conseguem subsistir de forma consistente as actividades ligadas à cultura e à arte, dependendo frequentemente de apoios? Deve a cultura ser acessível a toda a população? Podemos falar de “cultura” em sentido unívoco ou universal, ou este termo deve ser usado no plural?

3.1 - Arte *versus* cultura

arte (Do lat. *arte*-, «saber; habilidade; arte»)

1. Aplicação do saber à obtenção de resultados práticos, sobretudo quando aliado ao engenho; habilidade. 2. Ofício que exige a passagem por uma aprendizagem. 3. Conjunto das técnicas para produzir algo; técnica especial. 4. Expressão de um ideal estético através de uma actividade criativa. 5. Conjunto das actividades humanas que visam essa expressão. 6. Criação de obras artísticas. 7. Conjunto das obras artísticas de um determinado período ou lugar. 8. Capacidade; dom; jeito. 9. Artimanha; astúcia. (*Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto: Porto Editora, 2006)

No âmbito semântico da palavra *arte* convivem hoje usos e significados que remontam a épocas diversas. A acepção mais genérica remete para significados pré-modernos, enquanto a acepção estética é, pelo contrário, recente.

A **ars** romana é o mesmo que a **teckné** grega, i.e. genericamente “qualquer actividade humana que implicasse um saber fazer ordenado, uma determinada habilidade passível de ser adquirida” (Crachia e D’Angelo, 2003: 33), ofícios, ciências, profissões. A acepção estética de **arte** – como actividade destinada a criar obras às quais se reconhece precisamente um valor estético – data apenas de finais do séc. XVII. E, de facto, só em inícios do séc. XIX se considerará tautológico e supérfluo usar a locução “Belas-Artes” (ibid.: 35) – que fora criada pela necessidade de distinguir estas últimas do simples ofício do carpinteiro.

A dificuldade de definição da **arte** emerge a partir do momento em que, se por um lado se acredita “que os comportamentos ou obras qualificáveis como ‘arte’ exprimem exemplarmente, ou ‘encarnam’, a condição de sentido ‘sensível-sentimental’ necessária a qualquer tipo de experiência e discurso, portanto também à formulação de uma definição qualquer que ela seja” (ibid.: 94) – por outro, transformar esses comportamentos ou obras numa categoria homogénea, universal e necessária (buscar uma definição normativa de **arte**) revela-se impossível. “Quando muito, aquilo que pode ser universal e necessário é a condição segundo a qual uma realidade como a arte é possível e já não aquilo que, eventual e historicamente, a exemplifica” (Ibid.). Disso tiveram consciência aqueles que primeiro reflectiram sobre o tema: Kant, na *Crítica da Faculdade de Julgar*, e os filósofos franceses do séc. XVIII com a sua estética do *je ne sais quoi*.

cultura (Do lat. *cultúra*-, «cultura» [da terra ou do espírito])

1.Acção de cultivar a terra. 2.Produto do cultivo da terra. 3.Conjunto das técnicas necessárias para obter do solo produtos vegetais para consumo; agricultura. 4.BIOLOGIA método para fazer crescer microrganismos num meio favorável ao seu desenvolvimento. 5.BIOLOGIA os microrganismos assim obtidos. 6.Desenvolvimento de certas faculdades através da aquisição de conhecimentos; educação. 7.Conjunto dos conhecimentos adquiridos que contribuem para a formação do indivíduo enquanto ser social; saber. 8.Conjunto de costumes, de instituições e de obras que constituem a herança de uma comunidade ou grupo de comunidades. 9.Sistema complexo de códigos e padrões partilhados por uma sociedade ou um grupo social e que se manifesta nas normas, crenças, valores, criações e instituições que fazem parte da vida individual e colectiva dessa sociedade ou grupo. (*Dicionário da Língua Portuguesa*, Porto: Porto Editora, 2006)

As origens do termo português **cultura** remontam ao latim e, em certos contextos mantiveram a sua relação originária com a ideia do cultivo da terra: agricultura, uma “cultura” de bactérias, etc. Como refere Maria Helena da Rocha Pereira (2006: 450), a palavra latina *cultura* tem na sua origem precisamente a metáfora de lavrar um terreno para que ele produza. É nesse sentido também que Plutarco estabelece uma comparação entre educação e agricultura. O termo grego correspondente é *paideia* (ibid.: 449), que tinha inicialmente o sentido de “criação” (cuidar de um ser humano desde tenra idade), passando a significar depois “cultura” e “educação”, ou seja o desenvolvimento espiritual levado a cabo durante a adolescência, e o resultado desse mesmo desenvolvimento.

Na primeira metade do séc. XIX, o termo “cultura” era mais ou menos entendido como um sinónimo de civilização. Na definição do “pai” da antropologia, E. B. Tylor (*Primitive Culture*, 1871, *apud* Leach, 1985:102):

A cultura ... é o conjunto complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, o direito, o costume e toda a demais capacidade ou hábito adquiridos pelo homem enquanto membro de uma sociedade.

Mas, por essa altura, já o significado de *cultura* tendia a extraviar-se, passando a referir o atributo exclusivo do europeu de extracção aristocrática, ou classe média-alta, viajado e possuidor de algum tipo de educação superior – acepção ainda hoje presente nas expressões “cultura geral”, “uma pessoa culta”, etc.

Já na sua acepção antropológica, “o alcance do termo ganhou em extensão, em vez de se restringir (Leach, 1985:103). Se para Taylor *cultura* designava um conjunto de comportamentos, crenças e instituições, para os seus sucessores ela designa também – ou sobretudo – um corpo de artefactos produzido por uma tribo, povo ou nação: a chamada “cultura material”. “É sobretudo nesse sentido que os arqueólogos e os etnólogos ligados aos museus usam hoje o termo” (ibid.).

Encontramos assim dois sentidos para a palavra cultura: o antropológico (que abarca todo o tipo de manifestações humanas, não distinguindo entre cultura erudita, popular, ou de massas) e o elitista. Arte e cultura são conceitos próximos sem serem idênticos. Podemos dizer que a arte, tal como a entendemos hoje, é parte integrante das manifestações culturais de um povo – mantendo, contudo algum espaço de autonomia e especificidade. Como refere o minimalista norte-americano Carl Andre (2005), “arte é aquilo que nós fazemos, cultura é o que nos fazem a nós”.

Podemos, apesar disso, concluir que a cultura é algo que nos envolve a todos na vida quotidiana, e que nos ajuda a entender melhor o mundo em que habitamos. Parece ser consensual, entre os diversos autores, que a cultura constitui um elemento-chave no nosso conhecimento das sociedades passadas e presentes. Mantém-se também a convicção de que a cultura é potenciadora do desenvolvimento humano, impulsionadora do pensamento crítico e da redução de desigualdades (Brant, 2003). E de que, no mundo moderno, os que já possuem “cultura” (=educação, refinamento intelectual e estético) têm o dever de assegurar a sua transmissão às grandes massas da população que estão em perigo de apenas receberem alimento intelectual inferior (Giles e Middleton, 2008:1-10).

3. 2 - Sociedade de massas e industrialização da cultura

Adorno e Horkheimer insurgiram-se contra a fusão “monstruosa” da cultura, da publicidade e do divertimento industrializado, que acarretava a manipulação e a estandardização das consciências. Mais tarde, Habermas analisará o pronto-a-consumir mediático como instrumento de redução da capacidade de fazer uso crítico da razão; G. Débord denunciara a “falsa consciência”, a alienação generalizada, induzidas pela pseudo-cultura espectacular. Ainda hoje, com o pensamento marxista e revolucionário fora de estação, a ofensiva contra a moda e a cretinização mediática é cada vez mais forte: outro tempo, outra voga para dizer a mesma coisa... [cita-se] Heidegger... (Lipovetsky, 1989:23)

Hoje em dia importa inventar, importa criar – sejam obras de arte, sejam outros produtos – a um ritmo alucinante a que a sociedade de consumo nos habituou. Compramos telemóveis da última geração com a certeza de que aparecerá um modelo tecnologicamente mais avançado no princípio do mês seguinte. O mesmo acontece com os modelos de carros, o vestuário, os computadores, os jogos vídeo – especialmente os materiais tecnológicos tornam-se obsoletos a uma velocidade aterradora.

A sociedade actual exige novos e mais sofisticados produtos, exige que os anúncios publicitários se auto-renovem constantemente, faz o apelo ao consumo frenético – ao usar e deitar fora. Este consumismo sistemático tem inevitavelmente implicações na forma como são vistas e utilizadas pelo público as criações artísticas contemporâneas.

O tema da cultura sempre esteve ligado ao do consumo, e em especial ao consumo das classes privilegiadas. Segundo Thorstein Veblen (*The Theory of the Leisure Class*, 1899 *apud* Lipovetsky, 1989:74) na raiz do consumo está o desejo de conquistar honra e prestígio, através do desperdício ostentatório. Nos finais do séc. XIX as classes superiores

distinguiam-se da “gentinha” pelo facto de gastarem à larga, exibindo riqueza e luxo, e manifestando ostensivamente, através do seu gosto cultivado, do seu diletantismo e boas maneiras, que não estão sujeitas ao trabalho produtivo e indigno das pessoas comuns.⁹

Nos dias de hoje, a difusão da tecnologia, o acesso generalizado à internet e aos meios de comunicação, fornecem a sensação de uma democratização da produção cultural. E no entanto, vivemos numa sociedade que se afasta cada vez mais daquilo que é, ou deveria ser, o seu objectivo original: contribuir para o fim das necessidades. Pelo contrário, criam-se constantemente novas necessidades com o intuito de fomentar o consumismo, exigindo-se assim a manutenção das desigualdades e do sofrimento humano para que o sistema continue a funcionar.

Em 1998 Séguéla descrevia, no seu livro *O Futuro tem Futuro*, que depois da revolução da escrita e da revolução da imagem, entramos na era cibernética. Uma reviravolta comparável à da revolução industrial do século XIX. No passado, a mecanização tinha levado à concentração das ferramentas de produção, assim como dos centros de decisão. A revolução *Infostrial* teria um efeito inverso: uma desconcentração de todos os meios e de todos os poderes. Aparentemente, a criação de um novo espaço democrático. Todavia, acentua-se a fractura social. A Internet é a retribalização, não a “aldeia global” de McLuhan. Se, por um lado, há a massificação do saber, é uma ilusão pensar que este se tornará acessível a todos. Ao fim da tecnocracia, corresponde a chegada duma *infocracia* (Séguéla, 1998:103-107).

As populações das sociedades ocidentais vivem num constante *stress* potenciado por um consumismo desmedido e por formas de vida orientadas para o sucesso profissional, pelo que se tornou imperativa a valorização dos tempos livres e de lazer, das manifestações culturais e artísticas, as quais de alguma forma poderão equilibrar o estilo de vida das populações. Nos anos 1930 pretendia-se que os grandes estúdios da rádio e do cinema, em especial nos EUA, funcionassem como uma indústria de diversão onde tudo deve dar prazer, distração e bem-estar. Pretendia-se fisgar a atenção do espectador através de mensagens de consumo fácil que não o obrigassem a ter que pensar para poder reagir, uma vez que a própria mensagem deixava clara qual a reacção esperada. Os consumidores são aqui vistos como seres passivos que não questionam as suas vontades, gostos ou preferências, mas que se sentem plenamente integrados na sociedade do consumo.

⁹ Cf. infra os estudos de Pierre Bourdieu, em especial *La Distinction* (Paris, 1979).

3.3 - Conceito de “indústria cultural”

T. W. Adorno e M. Horkheimer, sociólogos alemães ligados à chamada Escola de Frankfurt, foram os criadores do conceito “Indústria cultural”, em 1947¹⁰. Aliás, poder-se-ia falar com mais propriedade de Adorno como o autor da expressão, dado que a ele se deve a elaboração do capítulo 4 da *Dialéctica do Iluminismo*, especificamente dedicado ao tema que aqui nos interessa.

Como referimos acima, o conceito de *cultura* caracteriza-se por uma permanente tensão entre o sentido antropológico (ou neutro) do termo, e o seu sentido elitista: a “cultura” corresponde à arte, à filosofia, às formas superiores de literatura que são apanágio dos seres humanos “cultivados”. Esta conotação elitista provocou sempre a hostilidade dos críticos que, à esquerda e à direita, denunciavam a sua cumplicidade com a hierarquização social.

Isolar a cultura, como algo superior à sociedade e aos vulgares cidadãos, hipostasiar o conceito como uma realidade que transcende as obras de arte específicas, constitui um desenvolvimento perigoso. Como referem Adorno e Horkheimer (*Dialéctica do Iluminismo*, *apud* Jay 1988:103), “Falar de cultura sempre foi contrário à cultura. A cultura como denominador comum já contém, em embrião, aquela esquematização... [que a conduz] para a esfera da administração.”

Sem negar os aspectos elitistas e ideológicos da cultura, Adorno acreditava que a solução nunca poderia vir do colapso da cultura erudita, do seu rebaixamento ao nível do quotidiano. Ao contrário dos apressados detractores da cultura, Adorno insistia na sua dimensão crítica: a arte (ou a cultura) assenta numa mentira, numa ilusão relativamente ao mundo existente. Todavia - pensando dialecticamente - uma vez que esse mundo, o mundo da “troca livre e honesta” assenta por sua vez numa mentira, a arte torna-se uma “mentira que denuncia” e corrige (Jay, 1988:104).

Esse elemento crítico desaparece totalmente na produção em massa de bens culturais que caracterizam as novas indústrias do cinema e da rádio (mais tarde da televisão, espécie de conjugação das anteriores). Segundo Adorno, a sociedade ocidental valoriza o olhar em detrimento dos outros sentidos, ou seja, a cultura visual é enfatizada, verificando-se nomeadamente uma regressão da audição (as pessoas afastam-se cada vez mais da

¹⁰ Max Horkheimer e Th. W. Adorno, *Dialéctica do Iluminismo*, Amesterdão, 1947. O 4.º capítulo seria depois publicado em separado; cf. a ed. portuguesa, Th. W. Adorno, *Sobre a indústria da cultura*, Coimbra, Angelus Novus, 2003.

música erudita, preferindo a “música ligeira” e produção comercial). Tudo isto é reflexo de uma crescente incapacidade de concentração seja no que for.

A Indústria Cultural assemelha-se assim a uma indústria que destaca a estandardização de determinado objecto facilitando a sua leitura e reconhecimento. Resultado de um processo social que tem como principal característica a universalização da lógica do mercado e do consumismo, os objectos produzidos não são mais que mercadorias padronizadas, iguais a qualquer outra mercadoria.

Para Adorno e Horkheimer, esta produção cultural rotineira, estandardizada, é repetitiva e passiva. Segundo estes dois autores, e centrando as suas justificações nas teorias de Freud, o consumo cultural tinha-se transformado numa actividade que potenciava um comportamento social de “obediência” passiva. (du Gay, 1997:73)

Adorno e Horkheimer (1996) afirmavam que a "diversão é o prolongamento do trabalho no capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo". O tempo de lazer é absolutamente necessário para que os trabalhadores possam adquirir o equilíbrio físico e psicológico e as distrações necessárias para poderem voltar ao trabalho em melhores condições de executá-lo. É através desta diversão produzida em série de conteúdo aparente, que os consumidores são controlados e de certa forma manipulados.

3. 4 - *High brow e middle brown*

Embora Adorno e Horkheimer admitissem a incerteza quanto à natureza calculada e conspiratória do processo designado “Indústria cultural”, insistiram sempre na necessidade de uma distinção absoluta entre este sucedâneo pré-digerido e qualquer forma genuína de cultura, mesmo uma hipotética “cultura de massas”. Como referiu Adorno, anos mais tarde (Jay, 1988:109):

Em nossos rascunhos falávamos de “cultura de massa”. Substituímos essa expressão por “indústria cultural”, com o fito de excluir, desde o início,... a interpretação segundo a qual se trata de algo parecido com uma cultura que surge espontaneamente do seio das próprias massas, a forma contemporânea de arte popular.”

Como seria de esperar, nem todos os autores estiveram de acordo com este diagnóstico. Os próprios colegas de Escola de Frankfurt, como Walter Benjamin¹¹, nem sempre tiveram um entendimento tão negativo da evolução em curso.

Segundo Lawrence Alloway, o inventor da Pop, a definição de cultura tem-se alterado como resultado da pressão do grande público, que já não é inexperiente e ignorante, mas um crítico e maduro consumidor das artes (*apud* Harrison e Wood 2005:717). Assim sendo, já não é suficiente definir cultura unicamente como algo destinado às minorias. Como referia Ortega y Gasset no seu trabalho *A Revolta das Massas* (ibid.), estas hoje em dia exercem funções dentro da vida social que coincidem com funções anteriormente reservadas às minorias. Como resultado, a elite que estava acostumada a uma estética standardizada, descobriu que já não possui poder para dominar todos os aspectos da arte. A arte massificou-se e democratizou-se.

A definição de cultura apresentada por Alloway alarga os limites impostos pela teoria Renascentista, e refere-se agora, de forma crescente, a um grande e complexo número de actividades humanas. Dentro desta definição, a rejeição da arte produzida em massa não é, como os críticos pensam, uma defesa da cultura mas um ataque à mesma.

Em contrapartida, Malcom Barnard (1998:14–15) apresenta a seguinte definição de cultura visual, no seu livro *Art, design and visual culture*: “tudo o que é produzido ou criado pelo Homem que pode ser visto e que possua uma intenção funcional ou de comunicação”.¹² Os produtos culturais apenas se diferenciam dos naturais no sentido em que “são usados de forma intencional para realizarem uma função”.

Sem sermos tão radicais, podemos considerar que grupos sociais e culturais diferentes têm formas diferenciadas de definir cultura. Segundo G. Dorflès (1989:29) a arte nos países ocidentais divide-se hoje em três tipos que tenderiam, cada vez mais, a reduzir-se a dois: a arte erudita, de elite, produzida por e para uma minoria, e a nova “arte de massas” (“indústria cultural”, na terminologia de Adorno e Horkheimer) que substituiu a antiga arte popular, tal como a massa substituiu o “povo”, ou seja, as culturas tradicionais. Este último tipo, por sua vez, ainda se subdivide em *mid-cult*, e *lowbrow* – correspondendo esta última à forma mais degradada, ligada às séries televisivas de baixa qualidade, às telenovelas, e aos filmes e livros produzidos com fins estritamente comerciais. Assim temos: *high-brow*

¹¹ Cf. infra, 3.6 - A sociedade do espectáculo e o “examinador distraído”.

¹² Em contrapartida, são inúmeros os autores que consideram, por exemplo, que a arte pouco ou nada tem a ver com a comunicação; cf. Calabrese, 1986: 91. É também essa a posição de Gilles Deleuze, na conhecida conferência dada na Fundação Femis (Paris, Maio de 1987), “Qu’est-ce que l’acte de création?”

(Eisenstein, Godard, os filmes experimentais de Warhol...), *mid-cult* ou *middle brow* (Hitchcock, Woody Allen, Almodovar), e *lowbrow* (Paul Weitz, o realizador de *American Pie*).¹³

Aparentemente, a distinção entre objectos de cultura de massas e objectos de cultura elitista é fácil de ser feita, uma vez que os primeiros serão produzidos para que sejam de fácil acesso às massas, enquanto os segundos são criados para uma classe elitista e para que esta os obtenha através de uma certa exclusividade. Identifica-se por vezes *low-brow* com cultura proletária, *middle-brow* com classe média, e *high-brow* com a elite (classe média-alta) mas, na verdade, trata-se de uma “estratificação do gosto” que não coincide necessariamente com classe social. A classe média tanto pode ser *high* como *low-brow*, por exemplo (embora se mantenha pouco provável que nas classe populares encontremos *high-brow*, i.e. operários que frequentam o Museu de Serralves).

Também o fenómeno da moda, os *happenings*, os festivais e as raves são muitas vezes apelidados de *low-culture* ou *subcultura*, uma vez que estes grupos utilizam regularmente materiais e estilos não consumidos pelas classes dominantes. E todavia, pertencem a espaços diferenciados que se destacam, muitas vezes, pela inovação e pela diferença. Ou seja, quer falemos em *high-culture* ou *low-culture*, falamos sempre dos seus objectos culturais, práticas e instituições que lhes estão subjacentes.

3.5 - Situação actual das indústrias criativas

As indústrias culturais podem definir-se hoje como aquelas que produzem em massa bens e serviços com um conteúdo artístico suficiente para serem consideradas criativas e culturalmente significativas. A sua característica principal é a combinação de conteúdos culturais com a produção à escala industrial. (Towse, 2003:443)

Segundo Towse, a riqueza estimula a procura e permite a existência de nichos de mercado que os bens culturais podem aproveitar. Nos anos 1980 surgiu a necessidade de definir aquelas indústrias de carácter comercial e pertencentes ao que se poderia denominar “baixa cultura”, para as distinguir da “alta cultura”. Fulcral para o sucesso das indústrias culturais parece ser a criatividade e a inovação, a constante capacidade de

¹³ *High-brow*, à letra “testa alta”, é um termo de finais do séc. XIX. que, à semelhança dos seus congéneres, tem origem na pseudociência da frenologia (acreditava-se que uma testa ampla era sinónimo de um intelecto desenvolvido); *middle-brow* é ligeiramente posterior - cf. o artigo de Virginia Woolf, publicado postumamente, “Middlebrow”, (in *The Death of the Moth, and Other Essays*. Londres, 1942). Ainda mais recente, *midcult* consiste numa abreviatura de *mid(dle)brow* + *cult(ure)*.

surpreender e agradar às massas. *Criatividade* tornou-se assim a palavra-chave – sendo que, no nosso país, vem acompanhada por um proliferar de expressões afins: indústrias criativas, cidades criativas, e até mesmo “artes criativas” (Bessa, 2009: 73). 2009 foi também o Ano Europeu da Criatividade.

Em Portugal, a designação “indústrias criativas” parece ser posterior a 2005 (ibid.). É oriunda do inglês, mais concretamente das áreas da gestão e do marketing, bem como das novas tecnologias, sendo possível verificar que algumas pessoas confundem indústrias criativas com novas tecnologias. Na verdade, o conceito emerge em meados da década de 1990 no Reino Unido, onde aparece ligado à criação da *Creative Industries Taskforce*, do DCMS/Department for Culture, Media and Sport do governo inglês. Este reconheceu como indústrias criativas 14 sectores-chave, que iam da arquitectura às artes performativas, passando pelo design de comunicação, design de moda, publicidade, cine-vídeo, televisão e jogos interactivos de computador.

As indústrias criativas têm, entre nós, sido objecto de críticas, considerando alguns que estamos perante um mero eufemismo para designar as “velhas” indústrias culturais (Óscar Faria no *Público*, apud Bessa 2009:77). Também Pinto Ribeiro (2007) considera que toda esta questão assenta num equívoco. Pretende-se, por exemplo, que a nova economia das cidades deriva das indústrias criativas, quando parte substancial provém das telecomunicações, do audiovisual e das televisões que, como refere Pinto Ribeiro, “nem são indústrias recentes, nem se pode dizer que traduzem sempre a melhor criatividade.”

De facto, as indústrias criativas

fundamentam-se não na criatividade nem nas artes mas sim na ideia de consumo. Para os defensores mais fundamentalistas das indústrias criativas, o importante é que estas vendam e gerem receitas. O envelope da criatividade com que as vendem, vão buscá-lo ao domínio das artes e à aura de que estas são proprietárias, mas com um espírito de que já não existem [públicos]... apenas uma massa anónima de consumidores globais passivos. (Ibid.)

Independentemente da posição que tomemos, resulta inegável que a massificação de bens e produtos trouxe consigo alguns problemas. Nomeadamente, a nível da clara afirmação dos direitos de autoria das obras: existe hoje uma dependência centrada nas leis de direitos de autor ditadas para proteger a propriedade intelectual, os conteúdos criativos e culturais. As próprias indústrias foram obrigadas a proteger-se através do uso das leis dos direitos de autor, convertendo-se assim em sinónimos de “autoria”. Uma lista comum de actividades protegidas inclui a publicidade, a arquitectura, o mercado da arte, a moda, o cinema, a televisão, a rádio, o vídeo, etc.

Nos países mais desenvolvidos onde se mediu a percentagem de participação das indústrias culturais no PIB, esta rondou os 5%, sendo verdade que algumas indústrias concretas podem mesmo gerar grande volume de exportações (Towse, 2003:449). Exemplo claro disto mesmo é a indústria cinematográfica americana que se tornou numa das mais bem sucedidas indústrias de entretenimento do mundo. A influência do cinema norte-americano no resto do mundo é avassaladora e representa muitos milhares de euros/dólares no PIB norte-americano.

Se para uns isto são boas notícias, a exportação massificada dos produtos das indústrias mais fortes (como a cinematografia norte-americana ou a indústria da música pop, entre muitas outras) levanta por outro lado o problema, segundo Towse, da sobrevivência das línguas minoritárias (regionais ou mesmo nacionais) que se coloca em muitos países que se vêm indefesos perante a força comercial da língua anglo-saxónica. As maiores economias de escala produzem bens culturais em inglês e fazem com que seja difícil que, num mercado aberto, os bens das “minorias” prevaleçam e sobrevivam. A internet acelerou consideravelmente este processo de transmissão cultural e da globalização (iniciado pela imprensa escrita), mas também pode fomentar a viabilização de nichos de mercado especializados. Muitos países têm imposto restrições de conteúdos ou de idiomas na exibição de filmes americanos na televisão. Alguns autores, contudo, consideram que a longo prazo essas restrições não são desejáveis, não só porque reduzem a escolha cultural do consumidor, mas também porque, como em outros sectores da economia, ameaçam isolar o país do estímulo da concorrência através da adopção de novos produtos, tecnologias e níveis de qualidade mediante o aumento dos preços e da diminuição da produção cultural.

3.6 - Arte e empreendedorismo

Para que as sociedades se possam desenvolver de forma sustentada é importante que os cidadãos contribuam para o seu desenvolvimento através da criação empresas que criem novos postos de trabalho, de projectos inovadores, de um desenvolvimento cultural sustentado. É necessário fomentar a criação, a criatividade e o empreendedorismo dos cidadãos.

A experimentação aleatória de novas técnicas, novos produtos e novas combinações garantem a sobrevivência da arte e o seu reconhecimento social e cultural. A inovação tecnológica, tendo como seu expoente máximo o desenvolvimento dos computadores e com eles da internet proporcionou aos artistas não só novos meios de comunicação e de experimentação como também criou facilidades a nível da exposição mediática das obras,

sua comunicação e publicidade. Hoje em dia alguns artistas, prescindem da utilização de galerias como revendedores e expositores das suas obras passando a usar simplesmente a internet como médium de exposição e divulgação das suas obras através de sítios dedicados à arte, sites pessoais dos artistas, blogs, emails, etc.

Claro que a internet pode ter um efeito nefasto no que concerne à exposição mediática das obras e à protecção das mesmas sob o ponto de vista dos direitos de autoria e protecção de conteúdos. A noção de autoria dilui-se, esta não condiz já com os novos modos de produção tal como são operados hoje, onde cada um adiciona o que quiser à informação vigente. Perde-se também a noção de espaço expositivo, de interacção directa entre o fruidor e a obra, e cria-se uma nova contextualização da peça.

Malcom Barnard (1998) defende que a arte tem que ser vista como algo que possa ser comprado e vendido e que o artista tem que ser visto como o criador desse bem de troca. Mas as relações entre o artista e o público não são tão lineares. O artista pode ter que negociar com intermediários (caso das galerias que comprem os produtos directamente ao artista para poderem depois apresentar e vender ao cliente final). Neste caso, o artista protege o seu trabalho através de copyright ou marca registada, podendo receber, ou não, *royalties* pela venda massificada da sua obra.

Entretanto, ao falarmos em venda massificada de produtos começamos a nos afastar do campo artístico propriamente dito aproximando-nos do design. Não consideramos aqui que as peças de design possam substituir quadros e esculturas, mas de facto tem-se vindo a criar, ao longo dos últimos anos, um circuito paralelo de galerias, *marchands* e coleccionadores. Wava Carpenter (*Única*, Fevereiro 2009), directora de cultura e conteúdos da Design Miami, a mais importante feira de *design art* do mundo, é categórica:

O design e a arte não perseguem os mesmos objectivos. São coisas diferentes. Embora os coleccionadores de arte reconheçam o design como um bem válido e coleccionável sabem que é diferente. Todo o design, mesmo aquele que só marginalmente é funcional, responde à história do design. Existem pontos de contacto, é óbvio, e sobreposições, mas o design não está a tentar usurpar a função da arte.

A visão romântica do design como primeira *arte democrática*, capaz de chegar a todos, está longe de se ter esgotado, mas surgem modelos alternativos num novo paradigma que engloba outros modos de fazer e consumir design. O *design art* emerge nos anos 90 pela mão dos próprios designers que começam a produzir peças únicas ou em edição limitada

para fugir aos constrangimentos da indústria. Estas peças não abdicam do fundamento base do design – a funcionalidade, mas têm uma qualidade adicional que as torna diferentes. Não são obras de arte, apesar de por trás delas se adivinhar a mão do génio criador.

Em sociedades contemporâneas como a nossa é essencial que haja uma aproximação da cultura à economia. Aquilo que consideramos como processos e práticas puramente económicas revelam-se, por vezes, ser fenómenos culturais plenos de significado, valores e normas que, por sua vez, são factores essenciais a uma economia de sucesso.

O estudo das relações económicas e das relações culturais define-se como economia cultural. Nesse sentido, todo o produto tem um preço, que normalmente se expressa como o valor monetário atribuído ao produto. Mas o preço também inclui o esforço que um consumidor deve realizar no acto da compra e o risco corrido ao adquirir o produto. No sector do ócio, o *tempo* é um bem que pode ser muito escasso. Assim, seja qual for o produto, o consumidor terá sempre que pagar um preço, mesmo quando aquele se anuncia como gratuito. O mercado das artes de espectáculo, por exemplo, é composto por dois tipos de consumidores: os que têm os meios mas não têm tempo para assistir às representações, e aqueles que têm tempo mas não têm meios (Towse, 2003:501).

A nossa sociedade convive perfeitamente com a ideia do entretenimento global, onde grandes empresas como a Sony, a Warner Bros., ou a Pixar Animation Studios produzem e distribuem a uma escala global os produtos culturais como por exemplo espectáculos multimédia, filmes de animação, eventos culturais, etc. Claro que o facto destas empresas se terem conseguido posicionar no mercado faz com que recorram aos chamados intermediários culturais – marketing, publicidade e design – que articulam a produção, distribuição e apresentação de *merchandising* associando a marca a serviços com perspectivas culturais. As indústrias dos *media*, são indústrias orientadas para o sucesso económico e, claro está, para o lucro. A constante busca de propostas inovadoras leva a que, muitas vezes, estas indústrias se tentem aproximar dos artistas mais vanguardistas criando laboratórios de experimentação artística, onde a inovação criativa e tecnológica é o motor que as faz avançar. Muitos produtos culturais contemporâneos vão “beber” a sua criatividade ao trabalho inovador que os artistas desenvolvem, seja a nível plástico, das artes do espectáculo, da música ou tecnologia.

Estas partilhas de conhecimento acabam por ser benéficas para ambas as partes: a primeira consegue antecipar-se à concorrência através da apresentação de novos projectos estimulantes e a segunda adquire, desta forma, financiamento para poder elaborar novas experiências e trabalhos. Segundo Brant (2003), o facto da política cultural

predominante na era da globalização ter apostado no fortalecimento das marcas em detrimento da criação e da verdadeira pluralidade de opções, não significa que o quadro seja irreversível, muito menos que as soluções antigas sejam pertinentes. De facto, outros caminhos se têm desenvolvido e se desenvolverão.

A cultura relaciona-se positivamente com o progresso e desenvolvimento da sociedade em que se insere, reflectindo-se na produtividade e, consequentemente, no produto gerado pela mesma. Mas a cultura está também ligada, como vimos, ao desenvolvimento social - daí que seja tão importante a existência de actividades culturais durante a formação dos jovens. Estas actividades, para além de favorecerem a capacidade racional das crianças, vão formar desde cedo o seu gosto. A cultura estrutura a forma como as pessoas sentem, pensam e agem, e é veículo privilegiado para a alteração da forma como se relacionam com o mundo e consigo próprias.

A existência de actividades artísticas e culturais, quer seja em massa ou através de pequenos nichos de mercado, pode beneficiar indirectamente as empresas e indivíduos que estejam de alguma forma ligados ou próximos destas. Em contrapartida, uma parte dos consumidores de actividades culturais valorizam fortemente a possibilidade de poderem usufruir destas sem terem de, para isso, gastar dinheiro. É aqui que entra a responsabilidade do Estado em criar os meios necessários para que toda a população possa ter acesso às actividades culturais. Só assim é possível educar um povo e, através da educação, contribuir para a evolução das sociedades. Segundo Towse (2003), a produção artística pode contribuir para uma educação mais liberal e aberta ao progresso social dos seus participantes.

Por outro lado, como refere McCain (1995), a procura de bens artísticos depende muito mais da formação do gosto que outro tipo de bens. Se partirmos do pressuposto de que o gosto se altera pela experiência do consumo, concluímos que pode ser treinado e ensinado. Segundo este autor, o consumo de bens artísticos é feito a partir da experiência, num processo de *learning by consuming*.

Afirma-se frequentemente que as artes são um gosto cultivado. Mas cultivar o gosto significa que as preferências se alteram com a experiência. Em particular, as experiências pelo estético só se podem manifestar depois de uma pessoa ter tido uma experiência de âmbito estético. Vários estudos (Towse, 2003:371-372) têm encontrado provas de que estar exposto às artes durante a infância aumenta a procura na idade adulta.

3.7 - A sociedade do espectáculo e o “examinador distraído”

Vivemos num mundo de imagens, seduções e simulacros (Baudrillard, 1991). Uma sociedade da qual não há escapatória e onde, por outro lado, somos constantemente observados, filmados e controlados. Enquanto espectadores exigimos que a sociedade nos seduza, que nos apresente soluções para as nossas necessidades. Vivemos na cultura do *feeling* e da emancipação individual, hoje alargada a todos os grupos de idade, sexo e estrato social. A onnipresença das câmaras de filmar transformaram o mundo num imenso palco, ou seja, passamos de uma cultura com espectáculo para uma *cultura de espectáculo*. A ideia (aterradora) lançada no livro de George Orwell, 1984 de uma sociedade controlada pela figura do Big Brother é de facto exagerada, mas não podemos deixar de reflectir sobre o poder e onnipresença de meios de vigilância e de controlo do cidadão comum.¹⁴

As nossas sociedades identificam-se com a institucionalização do desperdício, com a criação em larga escala de necessidades artificiais, com a normalização e o hiper-controlo da vida privada. A sociedade de consumo é programação do quotidiano, manipula e quadricula racionalmente a vida individual e social em todos os seus interstícios, tudo se torna artifício e ilusão ao serviço do lucro capitalista e das classes dominantes... Fala-se do império da sedução e da obsolescência: racionalidade e irracionalidade (Marcuse), organização totalitária da aparência e alienação generalizada (Débord), condicionamento global (Galbraith),,, (Lipovetsky, 1989:212)

Foi Guy Débord que, em 1967, usou pela primeira vez a expressão *Sociedade do espectáculo*¹⁵. Para este autor, o espectáculo é algo de perigoso pois pode diminuir a capacidade crítica dos cidadãos/espectadores, uma vez que nada espera destes para além de passividade, pelo que, para Débord o espectáculo – que se expandiu a todas as áreas da vida em sociedade, incluindo a política – conduz inevitavelmente à alienação e à separação entre as pessoas.

E no entanto, muitos autores contemporâneos consideram que a ideia de que os espectadores são inevitavelmente passivos está ultrapassada – hoje em dia produzem-se obras artísticas que apenas “vivem” se conseguirem provocar uma interacção com o

¹⁴George Orwell, *Mil novecentos e oitenta e quatro* (trad. José Pacheco Pereira). Lisboa : Moraes, 1984. (ed. original, Londres1948). O tema principal do livro é a transformação da realidade, sob o disfarce da democracia. A história desenrola-se em Oceania que vive um totalitarismo desde que o IngSoc (o Partido) chegou ao poder sob a batuta do onnipresente Grande Irmão (Big Brother). Inspirado na opressão dos regimes totalitários das décadas de 30 e 40, o livro não se resume a criticar o estalinismo e o nazismo, mas todo o nivelamento ocorrido nas sociedades ocidentais, com a redução do indivíduo a uma simples peça que existe para servir o Estado ou o mercado.

¹⁵ Tradução portuguesa, *A Sociedade do Espectáculo*, Lisboa: Mobilis in Mobile, 1991, 2.ª ed.

espectador e vice-versa. A arte dos nossos dias usa os mesmos meios técnicos do espectáculo – luzes sedutoras, cores vibrantes, grandes escalas, dando-se uma enorme importância ao valor de exibição¹⁶, ou seja, ao valor do espectáculo que se pretende visualmente forte. Vivemos na era dos estímulos, pelo que esperamos que as obras interajam connosco, que captem a nossa atenção, que sejam inovadoras.

Hoje a obra de arte não é mais determinável, dificilmente se define como acabada, o público não é mais passivo. Do mesmo modo, a nada é obrigado, estando apenas exposto à sua ligação com a obra, completando-a, e vivendo de forma tão indeterminada quanto ela. O norte-americano John Cage foi um dos que quebrou barreiras na mudança de atitudes entre o público e a obra de arte e principalmente na ideia de criação da obra. Cage introduziu procedimentos de acaso e de improviso na arte, de modo a distanciar o fenómeno artístico das características egocêntricas da produção estética, que se mantinham constantes desde o Renascimento.¹⁷ Para Cage deixou de haver a necessidade da composição, uma vez que as partes podem existir sem uma lógica do todo, e os sons não têm de ser produzidos por instrumentos convencionais, podem antes provir de qualquer fonte sonora que se registre num percurso pela cidade, que o corpo do artista projecte ou produza.

Uma concepção semiótica do termo *interactividade* remete já para o lugar tomado pelo leitor/espectador¹⁸ na sua relação com obras de arte que podem ser de qualquer tempo e lugar. Mas esse leitor/espectador foi elevado ao grau de co-produtor da obra, com particular ênfase, a partir dos anos 1960. A interactividade deve ser entendida neste contexto como toda e qualquer intervenção a ser feita pelo espectador da obra de arte ou accionada por ele, compreendendo, também, a utilização de dispositivos eléctricos, electrónicos e magnéticos, de modo que corresponda plenamente às intenções do artista ao criar a obra. Ou seja, à expectativa prévia do artista – o que, por sua vez, vai implicar adaptação da obra para tal disposição. Essa intencionalidade do artista em atingir um objectivo, em veicular uma mensagem, em propagar uma ideologia por meio das próprias

¹⁶ Walter Benjamin ("A arte na era de sua reprodutibilidade técnica", in *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Lisboa: Relógio d'Água, 1992) descreve a perda da "aura"/valor de culto da obra de arte tradicional, a par com o aumento do seu "valor expositivo" nas artes da fotografia e do cinema. Benjamin encara esse movimento como positivo, na medida em que apenas um grupo restrito tinha acesso à arte tradicional (valor de culto), enquanto que a arte "de exposição", voltada para as massas, atinge um maior número de pessoas. Vd. mais à frente.

¹⁷ "A consciência não é uma coisa, mas um processo, (...) a arte deve envolver o aleatório, indeterminado, e os acasos da natureza e da cultura, (...) os processos de comportamento informam continuamente a obra de arte como um estado objectivo de coisa completa." (Stiles, Kristine e Selz, Peter (ed.), 1996: 682).

¹⁸ Como refere J. Fiske (1999: 62-63), "a semiótica prefere o termo 'leitor' (mesmo de uma fotografia ou de uma pintura) ao de 'receptor', já que o termo 'leitor' implica um maior grau de actividade".

manifestações artísticas, estabelece um elo entre a arte moderna e arte pós-moderna pela via da disposição para aquela interactividade. Nesse sentido, parece sempre ser em torno dessa disposição que os movimentos modernos, passando pelas vanguardas e chegando até as manifestações artísticas pós-modernas, se desenvolvem, via obra de arte, em direcção ao público. (Honnet, 1992:21-29)

O espectáculo não é património exclusivo da cultura ocidental contemporânea, mas foi nesta que nasceu a noção de uma cultura associada à noção de espectáculo. Não se conhece povo nenhum que ao longo da história não tenha realizado algum tipo de espectáculo, mas este estava sempre circunscrito a um espaço e a um tempo específicos. Hoje, graças à televisão, ao vídeo e às novas tecnologias de informação e comunicação podemos visionar, no conforto das nossas casas, vários tipos de espectáculos e manifestações culturais. A internet é sem dúvida o meio que divulga de forma mais dinâmica e eficaz todo o tipo de comunicação, experiência e espectáculo. De facto, tornou-se um meio de comunicação indispensável à sobrevivência de qualquer companhia artística, galeria ou museu. A Internet, para além de divulgar as obras dos artistas, também funciona como uma alavanca que promove a interacção entre o público e o artista.

Numa época em que a sociedade vive cada vez mais deslumbrada com os avanços da tecnologia e onde a política caminha inexoravelmente para "o triunfo do espectáculo", vale a pena retornar a algumas considerações de Walter Benjamin sobre o papel da tecnologia (e o lugar da ética) no universo da arte (e indústria) da fotografia e do cinema. No ensaio "A arte na era de sua reprodutibilidade técnica", Benjamin descreve a perda da "aura" das obras de arte, em resultado das novas possibilidades de reprodução e difusão das mesmas. A reprodutibilidade técnica, de certa forma, tornava as obras esteticamente mais pobres. Contudo, e embora Benjamin estivesse ciente de que mesmo na reprodução mais perfeita falta uma coisa - a sua existência única no lugar em que se encontra, a sua interacção com o espaço circundante, o "aqui e agora" – no geral parece encarar como positivo o ensejo, desenvolvido a partir dos finais do século XIX, de as obras de arte se dirigirem às massas tornando-as, assim, acessíveis a qualquer um.

A técnica de reprodução liberta o objecto reproduzido do domínio da tradição. Assim sendo, este novo sujeito colectivo, o público moderno, acaba sendo mais livre e independente, na medida em que liberto do poder do mito, recusa a "aura" estética, último vestígio da cultura burguesa. A "distracção" do frequentador de cinemas podia ser o protótipo de uma nova postura crítica:

O cinema rejeita o valor de culto, não só devido ao facto de provocar no público uma atitude crítica, mas também pelo facto de tal atitude crítica não englobar, no cinema a atenção. O público é um examinador, mas distraído. (Benjamin, 1992:110)

Posição diferente tinha, como vimos, Theodor Adorno que, numa troca de correspondência (Harrison e Wood 2005 : 520-23), criticava o rascunho inicial de Benjamin defendendo, por um lado, a função crítica e indispensável da obra de arte autónoma tradicional e, por outro, levantando sérias dúvidas sobre se o avanço tecnológico resultaria numa verdadeira e progressiva democratização da cultura.

3.8 – A democratização da cultura

O desenvolvimento de políticas culturais tem como objectivo primário a democratização da cultura, a criação de um livre acesso por parte de cada cidadão à cultura da sua própria sociedade. Para tal, deve-se promover a aproximação, o contacto entre sujeito e obra, através da remoção dos obstáculos que se interpõem entre um e o outro: rendimentos disponíveis – o que nos conduz à gratuidade ou ao subsídio; tempo e modo de deslocação – o que nos conduz aos planos e iniciativas de descentralização de espaços culturais; insuficiência de tempo, o que nos leva aos horários de funcionamento – noites, fins-de-semana – compatíveis com o tempo liberado pelas jornadas de trabalho ou frequência escolar. (Brant, 2003:32)

O Ministro da Cultura francês, André Malraux, durante o pós-guerra e novamente na década de 1950, defendia que todos aspiram à mesma cultura mas não têm acesso a ela devido à existência de barreiras artificiais, como a concentração de instituições culturais em grandes centros ou o preço das entradas nas actividades culturais. Assim, foram criadas as Casas de Cultura por todo o país, apesar de mais tarde ter sido constatado o seu fracasso. As tentativas de cativar novas audiências para o que era considerada a cultura de elite, incluíam iniciativas complementares, como transporte de crianças para assistir a espectáculos, expor obras de arte em espaços comunitários, etc.

O aparente fracasso desta política pareceu dar razão aos sectores liberais que, de um modo geral, criticam qualquer tipo de intervenção nesta área. De facto, definir arte como um bem público a ser suportado pelo Estado levanta a questão de saber se todos os membros do público beneficiarão igualmente das artes. Existem claras desigualdades no acesso às artes: membros da elite social dominam as direcções e os conselhos de

administração dos museus, teatros e outras instituições e as próprias audiências situam-se na franja da classe média-alta. Deverá o Estado contribuir para a reprodução desse meio, que funciona em circuito fechado?

Na verdade, uma importante corrente da análise sociológica actual sugere que a “verdadeira” função de todo o conjunto de práticas associadas à visita dos museus, visionamento de exposições e frequência de eventos de cultura erudita, existe apenas para marcar o status social e hierarquia de classe no moderno mundo capitalista.¹⁹

Num estudo clássico, Bordieu e Darbel²⁰ demonstraram, com recurso a dados estatísticos, que as classes populares se abstêm de visitar os museus, mesmo quando a entrada é gratuita. Argumentaram, porém, que esta simples constatação não basta para explicar o fenómeno. Embora, em teoria, a possibilidade de acesso à obra artística exista, a possibilidade real continua a ser negada em virtude da ausência de posse do “código artístico” - fenómeno que é consequência da diferenciação social por classes. Os autores demonstraram que determinadas coacções/pressões sociais são *interiorizadas* pelos indivíduos, resultando depois numa inibição, num efeito psicológico que determina que as classes populares não frequentam os museus porque, de facto, “não lhes apetece”.

O que se pode concluir portanto, analisando o caso da França, é que grande parte da população não tinha interesse em ter acesso a apenas um tipo de cultura. De facto, Malraux tentou promover a democratização das artes convencionais da elite burguesa-intelectual, levando-as à população em geral, em vez de fomentar a democracia das manifestações culturais, aceitando a existência de uma sociedade com diferentes expressões culturais. (Reis, 2006: 141)

Para que a democracia cultural funcione sob pressupostos básicos de respeito e preservação da diversidade cultural, é preciso que amplie a sua base de participação, tanto na criação (liberdade criativa) quanto no acesso ao que foi criado (liberdade e meios para usufruir da vida cultural). No entanto, existe aqui o perigo da criação de um ciclo vicioso. Normalmente é em função do gosto do público em geral e dos espectáculos ou eventos culturais que mais públicos atraem, que as instituições ou a Secretaria da Cultura definem os programas futuros. Quem não participa por não se sentir atraído ao tipo de programa apresentado acabará por ser sucessivamente excluído – verificar-se-á, então,

¹⁹ Cf., por exemplo, Pierre Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris : Minit, 1979 ; cf. ainda, do mesmo autor, *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

²⁰ Pierre Bordieu e Alain Darbel, *L'Amour de l'Art - Les musées d'art européens et leur public*, Paris, 1966 (citado por Cot e Mounier, 1976: 59).

uma situação inversa da que analisamos acima. Se uma Câmara municipal investir apenas em corridas e espectáculos de acrobacias aéreas porque se trata de formas especialmente populares de cultura, a tendência será para haver cada vez menos espaço para o ballet ou dança contemporânea.²¹

Outros factores para a exclusão de públicos podem estar relacionados com a indisponibilidade de tempo, a falta de adequação dos horários, a falta de disponibilidade de recursos, uma vez que nem toda a população pode frequentar eventos que sejam pagos (embora, como vimos, essa explicação seja insuficiente), ou a concentração de eventos nas grandes cidades excluindo as populações que vivem em centros de menor dimensão.

Segundo Brant (2003), temos vindo a assistir, nos últimos anos, a um ênfase no desenvolvimento da cultura tradicional e regional, das manifestações culturais ditas “de raiz”, efeito da defesa da própria identidade face aos avanços da onda cultural globalizada. Esta tendência pode ser explicada pela saturação excessiva do mercado pelos produtos dirigidos às massas, levando a que a população sinta uma necessidade de afirmação e aproximação ao que lhe é reconhecível como base cultural, pela procura do que é genuíno na criação e desenvolvimento da sociedade em que se insere, daquilo que a distingue das demais sociedades.

Entre os antigos gregos a cultura (*paideia*) confundia-se, como vimos, com a educação, e as representações teatrais enquadravam-se numa série de cerimónias de carácter cívico e religioso:

[A elas] assiste toda a *polis*, pois até os pobres podem levantar os seus bilhetes numa espécie de fundo comum, o *theoricon*. Não é divertimento e distração para o espírito cansado pelas tarefas quotidianas. O cuidado em que tais actos se efectuem anualmente com toda a regularidade era uma das grandes preocupações dos Atenienses, que até encerravam os tribunais durante esse período (Rocha Vieira, 2006: 394)

A cultura deve ser considerada como uma alavanca para a promoção da integração e tolerância entre diferentes grupos sociais, já que a cultura é um canal de comunicação natural entre facetas da mesma sociedade que pouco contacto travam umas com as outras. A política cultural deve estimular a riqueza e diversidade cultural das suas produções e deve dar acesso livre à população para usufruir dela. A liberdade de escolha

²¹ “[Rui Rio diz que a cultura] não é importante mas, às vezes, faz actos de cultura: as corridas e os aviões também são actos de cultura – cultura de baixo nível, o lazer que distrai as pessoas sem as levar a pensar. Mas é preciso subir a qualidade daquilo que se faz” (José Rodrigues em entrevista ao *Público/Local*, “O Porto está conformado com o seu destino”, 30/Out. /2009)

não chega para garantir a existência de diversidade, uma vez que ainda existe um círculo vicioso que assenta na falta de conhecimento das artes ditas clássicas, que leva a um desinteresse e, por sua vez, faz com que cada vez existam menos manifestações deste tipo de cultura. O gosto pode/deve ser adquirido - logo, cabe ao Estado e às instituições privadas a oferta da possibilidade de experienciar diferentes formas de expressões artísticas, em vez de promover o consumo das manifestações que já são sobejamente conhecidas e apreciadas. (Reis, 2006:146-147)

O Estado e as instituições devem actuar sobre o conjunto da programação e tomar medidas para assegurar a diversidade. Isso não é interferência nem controle estatal - atitude censória seria, pelo contrário, proibir a veiculação de programas específicos, tentando homogeneizar a programação. “Se toda a programação lhe agrada, fique atento: isso significa que ela não é suficientemente diversificada.” (Brant, 2003:94).

Conclusão:

Se é verdade que o gosto pode ser educado e que uma sociedade evolui de forma mais consistente e natural se a sua população for consumidora e apreciadora de cultura, então concordaremos com os autores que defendem que é responsabilidade social do Estado e das empresas a divulgação e facilitação do acesso a eventos culturais por parte de toda a população. A disponibilização de eventos culturais e artísticos beneficia a sociedade e aqueles que a apoiam quer através da divulgação do nome do patrocinador que será visto como “amigo das artes e cultura”, quer do desenvolvimento cultural da população e dinamismo criado dentro das cidades. Acresce que as indústrias culturais e criativas, que têm vindo a ganhar forte relevância nas sociedades contemporâneas, se tornaram pontos catalisadores de inovação e desenvolvimento, contribuindo assim de modo significativo para o crescimento de largos sectores da economia.

A dança dentro das artes do espectáculo

You have to love dancing to stick to it. It gives you nothing back, no manuscripts to store away, no paintings to show on walls and maybe hang in museums, no poems to be printed and sold, nothing but that single fleeting moment when you feel alive. It is not for unsteady souls. Merce Cunningham²²

Afonso Manuel Alves (1988) refere-se à dança como sendo um dos grandes mistérios da essência do ser humano, constituindo-se como algo tão natural quanto o acto de respirar, comer, expressar sentimentos – através de códigos e símbolos – apresentando-se como a transposição artística e ritual, dos ritmos encobertos da natureza. O homem primitivo usou-a como linguagem e meio de comunicação, gerando posteriormente a oração e o discurso (a primeira dirigida às divindades, o segundo dirigido ao seu semelhante e grupo). Segundo Afonso M. Alves a dança nasceu por razões orgânicas e espirituais, tendo rapidamente passado a servir-se de motivações de ordem sensorial, religiosa, metafísica e social. As danças de sedução, sagradas e de diversão desenvolveram-se em paralelo e integraram-se primeiramente nos grupos tribais e mais tarde nas sociedades ditas ocidentais. Desde sempre, a dança tem sido considerada como uma arte dentro do teatro. (Towse, 2003:97)

4.1 – Breve história da dança

O desenvolvimento da dança nas sociedades ocidentais diferenciou-se basicamente pela repressão da sexualidade que lhe era natural e que foi forçada pelo Cristianismo que “permitiu a contaminação do pensamento bíblico pelo dualismo grego que opunha o espírito aos sentidos e desprezava o corpo. Assim, um dos elementos essenciais da dança – o desejo – teve de viver, por muitos séculos, cínica e capciosamente camuflado”. (Alves, 1988:8-9)

²² Consultado no site oficial de Merce Cunningham, in <http://www.merce.org/about.html> 25/04/2009

A partir do século IV, a dança e o teatro tornam-se duas formas de expressão banidas pelos imperadores cristãos, que passaram a punir quem as praticasse, pelo que foi natural a criação do ritual cristão em forma de *rondes* que passou a acompanhar os salmos e a fazer parte da liturgia. Durante quase mil anos todos os vestígios de representações oficiais ou de vida teatral organizada desapareceram. Algumas representações poderão ter sobrevivido no teatro popular dos jograis e saltimbancos, e no folclore, mas delas não restam quaisquer documentos escritos. E contudo, calcula-se que c.970 d.C. uma parte da liturgia fora já transformada em drama ritual, na cerimónia conhecida como *visitatio spulchri*, de que chegaram até nós mais de quatrocentas versões diferentes oriundas de mosteiros de toda a Europa, algumas delas incluindo pequenos elementos profanos (Harwood, 1984:80-81). Posteriormente, tal como sucede nas esculturas, tímpanos, vitrais e misericórdias das igrejas medievais assiste-se a essa mistura de profano e sagrado, tão característica do período: as festas da Ressurreição (Páscoa) e da Natividade serão pretexto para encenações teatrais, inicialmente pouco mais do que *tableaux vivants*, mas a que se foram acrescentando textos, enredos, personagens cómicas (ex. os diabos, a mulher de Noé). Estas ficaram conhecidas como mistérios em França, Alemanha e Inglaterra, *Sacre rappresentazioni* em Itália e autos sacramentais em Portugal e Espanha.

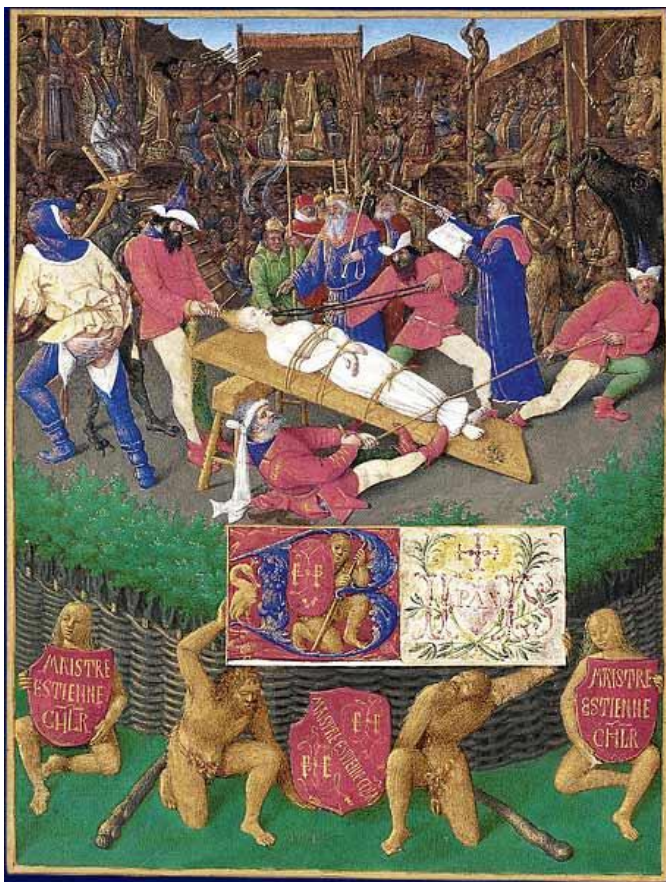


Fig.7 – Jean Fouquet, *Martírio da Santa Apolónia*, *Heures d'Étienne Chevalier*, c. 1460, iluminura, Musée Condé, Chantilly

Com o Renascimento volta-se a preconizar a exaltação dos valores mundanos da vida e do corpo, tornando a dança, através dos serões palacianos e do recente *drama per música*, uma expressão artística individualizada, distanciando-se do teatro lírico. Nasce assim, nos finais do século XVI, o ballet, cuja linguagem dançante se baseava numa sábia fusão das danças palacianas com as danças populares – *a haute dance e a basse dance*. Trata-se de uma dança que assenta em regras muito específicas de movimentação, numa dança que se vai desenvolvendo, codificando a sua linguagem, de ligações, de gestos, apoiando a sua linguagem na acção dramática, na música e na mímica.

O ballet apareceu numa época em que os nobres italianos divertiam seus ilustres visitantes com espectáculos de poesia, música, mímica e dança. Esses divertimentos apresentados pelos cortesãos eram famosos por seus ricos trajes e cenários muitas vezes desenhados por artistas célebres como Leonardo da Vinci. O primeiro espectáculo de ballet registado aconteceu em 1489, dançado durante o casamento do Duque de Milão com Isabel de Árgon. Os bailarinos da corte movimentavam-se com graciosos movimentos que eram dificultados pelo vestuário feito com materiais e ornamentos pesados. Era importante que os membros da corte dançassem bem e, por isso, surgiram professores de dança que viajavam por vários lugares ensinando danças que na altura eram apresentadas em ocasiões como: casamentos, vitórias em guerra, alianças políticas, etc.

A dança tornou-se algo mais que um passatempo da corte, tornou-se uma profissão e os espectáculos de ballet foram transferidos dos salões para teatros. Inicialmente, a dança clássica era apenas dançada por homens que faziam os papéis de ambos os sexos. No fim do século XVII, a Escola de Dança passou a formar bailarinas mulheres, que ganharam logo grande notoriedade e importância, apesar de terem os seus movimentos ainda muito limitados pelo uso dos complicados e pesados figurinos. Uma das mais famosas bailarinas foi Marie Camargo, que causou sensação por encurtar sua saia, calçar sapatos leves e assim poder saltar e mostrar os passos executados. Com o desenvolvimento da técnica da dança e dos espectáculos profissionais, houve necessidade do ballet encontrar, por ele próprio, uma forma expressiva, verdadeira, ou seja, dar um significado aos movimentos da dança. Assim no final do século XVIII, um movimento liderado por Jean-Georges Noverre, inaugurou o "Ballet de Acção", isto é, a dança passou a ter uma narrativa, que apresentava um enredo e personagens reais, modificando totalmente a forma do Ballet de até então. O Romantismo do século XIX transformou todas as artes, inclusive o ballet, que inaugurou um novo estilo romântico onde aparecem figuras exóticas e etéreas se contrapondo aos heróis e heroínas, personagens reais apresentados nos ballets anteriores. Esse movimento é inaugurado pela bailarina Marie Taglioni, portadora do tipo físico ideal ao romantismo, para quem foi criado o ballet "A Sílfiide", que mostra uma grande preocupação com imagens sobrenaturais, sombras, espíritos, bruxas, fadas e mitos misteriosos:

tomando o aspecto de um sonho, encantava a todos, principalmente pela representação da bailarina que se movia no palco com inacreditável agilidade na ponta dos pés. Assim nasceram os sapatos de ponta que tinham o intuito de alongar os corpos das bailarinas e de lhes auferir um ar etéreo como se voassem pelo palco enquanto se movimentavam com extrema graciosidade.

As transformações sociais que se operaram na sociedade ocidental do século XX não deixaram a Dança de Arte²³ alheia à eclosão da estética modernista e em particular ao expressionismo. Os bailarinos voltam a centrar a dança no próprio corpo, no corpo físico e dançante, tratando este como receptáculo privilegiado da realidade do mundo.

O ballet abriu portas a que vários bailarinos se revoltassem contra os cânones estabelecidos criando assim variações contemporâneas desta arte de expressão corporal.

Isadora Duncan (1877-1928) foi uma figura incontornável na história da dança contemporânea, pois foi a primeira bailarina que “ousou” quebrar as regras que definem o tipo de movimento e expressão artística do ballet clássico. Isadora “desceu das pontas” que davam um ar etéreo às bailarinas clássicas e dançou livremente com fatos largos e túnicas que lembravam as figuras mitológicas gregas.



Fig.8 – Isadora Duncan (1882-1927), bailarina e coreógrafa.

²³ Dança de Arte – termo utilizado por Afonso Manuel Alves em 1988 no seu livro “Dança”. p. 9

As coreografias de Isadora Duncan eram completamente diferentes das que o público mais erudito e frequentador de teatros estava habituado. Isadora dançava com movimentos improvisados, inspirados, também, nos movimentos da natureza: vento, plantas, etc., os seus cabelos meio soltos e os pés descalços também faziam parte da personalidade profissional da bailarina, os cenários eram simples, compostos apenas por uma cortina azul. Outro ponto forte na dança de Isadora, era o facto desta utilizar músicas até então tidas apenas como para apreciação auditiva, como Chopin e Wagner. A expressividade pessoal e improvisação estavam sempre presentes no seu estilo e foram o ponto de partida para o desenvolvimento de vários estilos de dança contemporâneos.

Foi explorando as possibilidades expressivas do corpo em movimento e a própria especificidade do movimento do corpo no espaço que os pioneiros da dança moderna iniciaram a sua actividade em prol da humanização da Dança. Apareceram nesta altura grandes intérpretes, como Ted Shawn e Ruth Saint-Denis e os seus discípulos Doris Humphrey, Charles Weidman e Martha Graham, que criaram nos Estados Unidos a chamada Modern Dance, enquanto na Europa Central a Dança Expressionista nascia dos novos conceitos de Mary Wigman, Harald Kreutzberg e Kurt Jooss. (Alves 1988:10)

À semelhança do que aconteceu com as artes plásticas, também os precursores da dança expressionista se exilaram nos Estados Unidos com o intuito de fugir à Segunda Guerra Mundial, enriquecendo assim, a *Modern dance* e ao mesmo tempo enriquecendo e desenvolvendo o seu próprio trabalho. Merce Cunningham, Taylor entre outros iriam ampliar as teorias de Martha Graham e Doris Humphrey e a Dança Expressionista da Europa Central ressuscitaria no velho continente após o fim do conflito bélico. George Balanchine e Maurice Béjart acabariam por ser centrais no processo de reumanização da dança moderna, forçando o nascimento do Ballet Contemporâneo.

“Num deserto de tamanho variável / o corpo procura um detonador.

Seria um refresco / a súbita extinção do desejo / ou a visão a seco / de uma miragem /
uma imagem sem proveito.

O olhar desenha sectores / direcções de acção / entre o céu e o chão / e o corpo
distingue em si próprio / a noção de veículo.

Por esta insuficiente razão / pode mover-se / saindo ou não saindo do lugar / criando à
sua volta ou não / o simulacro de uma constelação.” (...) (Guimarães, 2004: 6)

A dança contemporânea evoluiu muito desde os tempos de Isadora Duncan, mas manteve-se fiel ao princípio da inovação e da pesquisa de novos movimentos seja através da observação da natureza, das experiências pessoais dos coreógrafos ou por exploração de improvisações. A dança contemporânea define-se pela busca incessante por novas formas de exploração do movimento corporal e artístico dos intérpretes, define-se pela conjugação de várias formas artísticas como a música, o desenho de luzes, cenografia, teatro.

A dança tem encontrado no teatro, tal como em outros campos, analogias que a libertam de preconceitos sobre os limites da sua própria gramática, da qual faz parte, regra geral, a ausência da palavra. É no meio destes universos de limites enevoados e de contaminações, que é revitalizada a identidade própria da dança.

À parte das imprecisões que o categorizar normalmente comporta, a dança pós-moderna americana nasceria como uma estratégia de negação perante as duas grandes tendências da dança moderna nos estados Unidos: expressionismo e virtuosismo. O despojar a dança de elementos supérfluos e de efeitos espectaculares fará com que este novo movimento circule entre dois pólos: o *happening* e a arte minimal. Na exploração de uma arte da ocorrência espontânea e da coincidência casual de múltiplos *media* mantém-se, contudo, o propósito de derivar a dança-arte do seu próprio campo operativo: realização material do corpo-em-movimento.

4.2 – O corpo em primeiro plano

Como *Performance*, em Kaprow, assistimos agora a um corpo que pratica essas acções diante do público, dá-se uma afirmação de ideias pelo corpo do próprio artista ao fundir-se com o do público, as percepções são mediadas por esses corpos, os materiais passam por eles, são corpo. Experimenta-se a arte viva no “campo expandido”, o corpo do artista é um corpo político, é um corpo que integro, não mais o meu corpo representado. O corpo como substância pura, algo que Greenberg já refere, relativamente aos materiais.

Merce Cunningham (1919 – 2009) tornou-se figura central na evolução e cooperação entre várias artes através das experiências que realizou com artistas como John Cage. Entre 1939 e 1942 foi solista da companhia de dança Martha Graham²⁴, foi também um visionário e figura central no desenvolvimento da dança moderna.

²⁴ Martha Graham (1894 – 1991) exerceu enorme influência no mundo inteiro e revolucionou a dança moderna, tornando-se conhecida como a mãe da dança moderna.

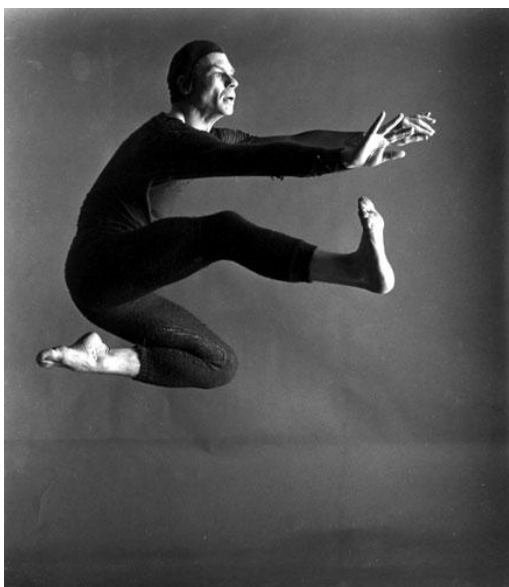


Fig.9 – Merce Cunningham em *Changeling* - Production: *Changeling*, 1956 Coreógrafo: Merce Cunningham; Bailarino: Merce Cunningham

Cunningham procurou sempre a inovação, contentava-se em indicar aos bailarinos as direcções dos deslocamentos e quais as pausas que deveriam existir. Tal formulação coreográfica apresentava-se como um acontecimento único de dança com uma forte ligação com a vivência do instante presente, do aqui e agora. Apesar de existir um grau de liberdade elevado, as obras realizadas caracterizavam-se pela sucessão de acentos fortes e fracos (comparáveis a métrica antiga) e por uma espécie de tempo instintivo próximo do verso grego lírico ou trágico. A música representava apenas um acompanhamento sonoro, não tendo sido elaborada ou seleccionada em função de uma harmonia com os movimentos dos bailarinos, podendo variar da música instrumental à música electrónica. Podemos ter som, mas não precisamos ter música, a dança é independente dela – “A música não tem que suportar a dança, o bailarino deve-se suportar nas suas duas pernas”²⁵.

Ao rejeitar o contexto e a noção de obra dramática, abriu caminho para jovens coreógrafos e deu origem a duas tendências da dança moderna americana: a *Nouvelle Danse* e a dança pós-moderna. Merce Cunningham procurou a união entre as várias artes, trabalhou intensamente com músicos e artistas plásticos pertencentes às vanguardas artísticas. Desenvolveu vários trabalhos com John Cage onde ambos exploraram diferentes ritmos e movimentos, com artistas como Robert Rauschenberg, Jasper Johns ou Andy Warhol explorou diferentes formas de apresentar cenários e de criar interacções entre os movimentos criados pelos bailarinos e a cenografia presente em palco. Cunningham não

²⁵ Merce Cunningham em entrevista com Barbaralee Diamonstein no programa “Abou the Arts”. in http://www.youtube.com/watch?v=4t9xgk1frvk&feature=Playlist&p=6E33F072F7376948&playnext=1&playnext_from=PL&index=3 vis. 25.04.2009

costumava dar directrizes aos artistas com quem trabalhava, pois gostava de explorar criativamente as obras e receber inputs e sugestões de todos que nelas participassem. Após completar os 70 anos de idade, desenvolve coreografias, pioneiras e inovadoras através do computador, no qual encontrou uma ampliação das possibilidades criadoras.

Nesta mudança de perspectiva, isto é, do que se apresenta como coreografável e das estratégias de composição, foi significativa a contaminação que ocorreu durante o período de 61 a 74, entre as artes visuais e a dança. Desse momento, Trisha Brown²⁶, dirá ter aprendido o seguinte:

Se queres ter uma floresta e não tens árvores, experimenta com brócolos, mas se os brócolos são demasiado pequenos, fotografa-os e amplia a fotografia. O que quero dizer é que com imaginação podemos fazer qualquer coisa em teatro.



Fig. 10 - Trisha Brown in *Set and Reset*, 1996, photo by Chris Callis in <http://www.trishabrowncompany.org/?section=34>

À parte de todas as experiências radicais, que com o tempo denotaram empobrecimento pelos “ismos” em que se foram fixando – formalismos, minimalismos, conceptualismos – o que parece importante notar é que muitos dos pressupostos daquela geração contribuíram para uma consciência coreográfica alargada. Num diálogo entre Trisha Brown e Douglas Dunn, a partir das experiências na *Grand Union*²⁷, comenta-se que “naquela altura todo o vocabulário da dança estava em aberto. Não se tratava de seleccionar movimento ou gestualidade para contar uma história com vocabulário *ballético*. Todo o movimento estava disponível para coreografar, para explorar e descobrir...” Dunn reconhece que “historicamente, o material que nos anos sessenta se tornou disponível foi aquele que

²⁶ Trisha Brown, uma das coreógrafas centrais do movimento da dança pós-moderna americana, apresentou as suas performances, pela primeira vez, ao público, na Judson Memorial Church (Washington Square, Nova Iorque), um lugar de encontro de uma comunidade artística irreverente que integrou bailarinos, artistas visuais, músicos, poetas e cineastas.

²⁷ *Grand Union* (1970 – 1976) foi uma companhia de dança New York que explorou fortemente a dança a partir de improvisações.

mais tarde se tornou estilização. Mas antes dos anos sessenta não existia consciência de entender certas coisas como dança.” Estas revoluções serviram para que a dança evoluísse no sentido da não hierarquia, dos não protagonistas e da não atribuição de papéis sexuais partindo da análise dos corpos e dos seus movimentos. Falamos de processos de desconstrução potenciados pelo treino físico e exploração de movimentos por parte dos bailarinos. Os intérpretes são convidados a neutralizar estruturas habituais e padrões de movimento de modo a concentrarem-se na interação do alinhamento do esqueleto de processos fisiológicos e de percepção. (Guimarães, 2004:16)

A ambivalência de sentido está sempre presente numa obra de arte, e para cada espectador tudo se confunde com aquilo que parece ser... Num espectáculo de dança isso vem frequentemente ao nosso encontro, essa hipótese de ele estar aberto ao que somos e à maneira como absorvemos o que se passa à nossa volta. Será o conhecimento do espectador directamente proporcional à riqueza da sua percepção? Será um facto de que sabemos mais do que aquilo que vemos? Será que a nossa educação e *background* influi directamente no “gosto”, percepção e compreensão total da obra?

Podemos referenciar todo o tipo de recordações inerentes ao acto criativo. Poderíamos também falar da memória exigida ao bailarino, tentar perceber até que ponto este sente que a coreografia já faz parte dele, que já pertence ao seu corpo, que a sabe tão bem que já nem sabe que a sabe...

Na dança, seja ela contemporânea ou não, o conceito de estrutura pode ser considerado a vários níveis sob o ponto de vista coreográfico: esquemas e ideias base a partir das quais se vai construindo uma coreografia, ou sobre os quais se vai trabalhando a nível de improvisação e aperfeiçoamento de movimentos de forma a criar a ligação de movimentos que compõem e formam a coreografia, a estrutura dramática, a estrutura baseada no tempo da música ou ritmos e outras que os criadores escolham para suportarem a evolução do seu trabalho e do movimento que ele implica.

O corpo do bailarino é o seu primeiro lugar, o seu sítio por excelência, e a estrutura de qualquer corpo é, como todos sabemos, um esqueleto com diferentes tipos de articulações, de tal maneira concebido que, por sua vontade, permite ao homem através da acção muscular explorar uma grande gama de movimentos, e ao bailarino de levá-los à condição de arte. O corpo do bailarino é equivalente à tela branca e à paleta de cores disponíveis ao pintor. É através do corpo que tudo acontece, através dos sentidos, dos movimentos, dos sons por ele criados.

O espaço expositivo da coreografia é gerado a partir do próprio movimento dançado, é uma espécie de explosivo do próprio espaço, capaz de o rebentar, pela energia e dinâmica que transporta à sua volta. Sabemos do vento pelo seu efeito... (Guimarães, 2004: 42).

É através da repetição dos movimentos que o corpo os memoriza, que o cérebro os percebe e que estes se tornam parte integrante do bailarino que deixa de pensar para passar a dançar os passos que foram primeiramente do coreógrafo, passos que nasceram de exercícios de improvisação, passos que foram aprendidos mas que passaram a pertencer a cada corpo, a cada bailarino.

Para quem dança, olhar à volta, para sentir o espaço envolvente, é condição primeira do seu próprio equilíbrio. É através do olhar, e portanto da percepção do espaço e do lugar, que o bailarino se equilibra, se segura, compõe a coreografia e interage com os restantes intérpretes em palco. O corpo do bailarino é simultaneamente o mais natural e o mais artificial, precisamente porque através do artifício ele consegue apurar muito do seu potencial físico e consequentemente o seu potencial expressivo.

A percepção atenta de uma obra coreográfica exige-nos normalmente uma atitude fisicamente passiva, não só pelo facto de as salas exigirem dos espectadores que se sentem disciplinadamente para verem as obras, mas porque as salas foram de facto preparadas para serem vistas dessa maneira, ou seja, de um ponto de vista fixo. “A velocidade e a natureza do que se passa no palco atraem toda a nossa capacidade de atenção e imobiliza-nos praticamente o corpo. Aparentemente só o olhar é activo. (...) (Acontece por vezes coreógrafos proporem espectáculos que exigem que o público se desloque para ver unidades dispersas em sítios diferentes...)” (Guimarães, 2004: 44)

Aprofundar o olhar sobre a comunicação e as inevitáveis fronteiras que entre nós colocamos. Espaço de manobra para a percepção dos mais ínfimos detalhes e das mais subtis diferenças.

O público dentro de um universo de dúvida e estranheza, num espaço cénico partilhado com os intérpretes, que a cada instante, condiciona a percepção. Aceitar esse lugar único de público em diálogo com a obra, de público transformador.

A percepção, o diferente olhar que temos da mesma realidade. Os intérpretes descobrem-se a si mesmos e o público reinventa o ângulo de visão. “Como és” e não “quem és” A enorme distância entre o “como” e o “quem” é a viagem da obra em busca do objecto o mais subjectivo de todos, o do desejo. “Vai-vem” entre a razão e a emoção, a surpresa e o trompe-l’œil.

Percurso sinuoso, construção virtual habitada pelos nossos próprios fantasmas,
funcionando como uma verdade, algo que desloca o “que vemos” para o “que
queremos ver”. E que território de mal-entendido mais universal existirá que o do amor?
Cada um verá o que entender, ou melhor ainda, entenderá à sua maneira aquilo que
quer ver. Rui Horta²⁸

4.3 - A boca de cena

Teatro, s.m. lugar ou casa onde se representam comédias, farsas, revistas, etc.; arte de representar; literatura dramática; a arte dramática; colecção das obras dramáticas de um autor ou de uma nação; profissão de actor ou actriz; lugar onde se deu um acontecimento; ilusão, fingimento, hipocrisia.²⁹

Os teatros são os espaços expositivos mais utilizados na apresentação de obras pertencentes às arte de espectáculo e particularmente às que envolvem dança, pois são espaços que foram criados com o propósito de servir uma panóplia de espectáculos que exijam características específicas como palcos com caixa-de-ar (que permitem uma absorção do impacto dos saltos dos actores / bailarinos), estruturas que suportem os desenhos de luzes e os cenários, espaço que permita ao público usufruir comodamente do espectáculo apresentado em palco etc. O facto de os teatros oferecerem boas condições estruturais e técnicas aos artistas faz com que se inseriram no percurso natural entre a necessidade de realizar tournées para sobrevivência da companhia e encomendas para trabalhar em cenas *à italiana*.

Um simples quarto poderia ser esteticamente mais interessante para a apresentação de uma coreografia que um teatro, mas os problemas estruturais que daí adviriam seriam imensos, pelo menos para a maioria dos espectáculos de dança que exigem certas condições para que possam oferecer comodidade ao público, aos artísticas e para que o espectáculo possa usufruir das condições técnicas necessárias a nível de som, luzes e cenografia. É mais fácil trabalhar em teatros que foram construídos para o efeito do que construir plataformas para dançar sobre um lago ou escalar ao longo de muros. Claro que estamos à partida a excluir os palcos que são criados muitas vezes pelas cidades em espaços ao ar livre para que possam atrair um maior grupo de espectadores. Estes palcos têm a desvantagem de custar imenso dinheiro às cidades ou entidades privadas que os

²⁸ Rui Horta in <http://orelhadoano.blogspot.com/2007/11/scope-rui-horta.html>, vis.13/04/2009

²⁹ Por Costa, J. Almeida e Melo, A. Sampaio; Dicionário da Língua Portuguesa – 6ª Edição corrigida e aumentada; Porto Editora LDA., Lisboa.

constroem, pelo material alugado, mão-de-obra que os monta e desmonta, pela não possibilidade de oferecer comodidade ao público no caso de mau tempo, pela quase obrigatoriedade de fazer espectáculos de noite no caso de existir a necessidade de um jogo de luzes (normalmente é importante quando se trata de espectáculos onde as luzes ajudam a criar um cenário e uma ambiência especial).

O que acontece dentro dos teatros é “arte” ou “cultura”, é a representação de algo, em oposição à “vida real”. Os próprios edifícios de teatro são diferentes, são locais onde acontece a acção e onde o público a pode usufruir. As ideias dos diferentes grupos sociais determinam a forma como os teatros se inserem nas sociedades e, em parte, o seu aspecto.

Para os Romanos, os teatros deveriam representar a ideia de igualdade, uma vez que estes consideravam que todos os homens são iguais, logo, todos devem ter lugares sentados igualmente bons. No Barroco acreditava-se que deveria existir uma numa hierarquia social rígida que deveria ser claramente demarcada, logo, deveriam existir camarotes, lugares centrais e lugares para o “povo”. Nos chamados “*Shakespearean times*”, a hierarquia social era igualmente importante, mas o público encontrava-se disposto de forma a todos os espectadores se pudessem ver entre si, contrariamente ao barroco em que as caixas dos camarins impediam a visualização de quem estava ao lado. (Barnard, 1998:149)

Segundo George Dickie (in D'Orey 2007:102) apesar das instituições associadas ao teatro terem variado ao longo do tempo (entre os antigos gregos, por exemplo, o poder e iniciativa pertenciam ao Estado, nos tempos medievais, foi a Igreja que mais influenciou enquanto que mais recentemente, verificamos um acréscimo a nível da iniciativa privada e da intervenção do Estado), o que se manteve constante e com uma identidade própria foi o teatro em si, como forma estabelecida de fazer agir. Esta acção institucionalizada tem lugar de ambos os lados dos “projectores”: actores e público colaboram na manutenção da instituição teatral. Os papéis de uns e outros foram definidos pelas tradições do teatro. Aquilo que o autor, a produção e os actores apresentam é arte, e é arte porque é apresentado no quadro do mundo do teatro. As peças são escritas para ter um lugar no sistema teatral e existem como peças, isto é, como arte, dentro desse sistema.

Os teatros fazem parte da história da humanidade, das cidades e do seu desenvolvimento. Hoje em dia os governantes das grandes cidades preocupam-se não só em construir bons teatros a nível de condições para poderem albergar o mais variado tipo de espectáculos como teatros que se demarquem arquitectonicamente tornando-se eles próprios (os edifícios) pontos de interesse cultural das cidades. Não se trata de teatros que apenas albergam públicos mas de teatros que ajudam a colocar as cidades nos destinos turísticos,

pois são tão majestosos por dentro como são por fora. Exemplos disto são teatros como o *Sidney Opera House* na Austrália, o *Guggenheim Museum* de Bilbao, ou mesmo a Casa da Música no Porto que se tornaram ao longo do tempo pontos turísticos e marcos da arquitectura moderna.

Conclusão:

A dança fez desde sempre parte da condição humana. Tal como refere no início deste capítulo Afonso Manuel Alves, “a dança constitui-se como algo tão natural como o acto de respirar (...)” (Alves, 1988:7).

Ao longo da história, as artes do espectáculo foram frequentemente utilizadas várias vezes como formas de expressão de poder por parte de várias entidades. No século IV, tanto a dança como o teatro, foram banidas pelos Imperadores cristãos, mas mais tarde assistimos a revitalização destas artes através das festas da Ressurreição (danças que misturavam o profano e o sagrado) e Natividade. No século XVI o ballet floresce, como fusão entre as danças palacianas e as danças populares, e torna-se sobejamente apreciado pelas classes altas que frequentavam regularmente os seus espectáculos. Um século depois, os bailarinos iniciam a sua profissionalização e as mulheres ganham grande notoriedade e importância coreográfica.

A evolução das sociedades, da moda, da tecnologia e da ciência contribuíram directamente para a evolução da dança como forma artística. Esta ainda hoje segue os ensinamentos do ballet clássico, mas também conseguiu evoluir para novas formas de expressão. Merce Cunningham e John Cage foram pioneiros na experimentação e conjugação de várias formas artísticas como a dança, projecção multimédia, música electrónica, entre outras, e contribuíram directamente para a chamada dança contemporânea. Apesar do ballet clássico se ter mantido fiel à estrutura base de movimentação (os movimentos base desta dança não evoluíram com o passar do tempo), a dança contemporânea não pára de evoluir e os seus intérpretes e criadores não param de investigar e experimentar novas formas de expressão artística.

As obras pertencentes às artes do espectáculo não são bens tangíveis, mas sempre fizeram parte das economias das cidades ocidentais que viram nestas meios artísticos interessantes ao desenvolvimento cultural da população em geral. Como são obras efémeras que exigem a presença de um público e de certas condições estruturais, foram desde cedo criados espaços específicos para a apresentação das obras: os teatros, que para além de se apresentarem como espaços perfeitamente equipados para albergarem

vários tipos de espectáculos, são também e cada vez mais, marcos arquitectónicos das cidades que os albergam.

A dança é talvez a disciplina dentro das artes do espectáculo que mais depende de estruturas pré-definidas como os teatros, por ser uma arte que envolve grande fisicalidade por parte dos intérpretes (que precisam de palcos com caixa de ar para evitar lesões), por ser uma arte que beneficia da utilização de suportes que permitam a criação de jogos de luz, por usar frequentemente estruturas que suportem cenários, etc.

Políticas de apoio às artes do espectáculo

Parece-nos pertinente a realização de um estudo sobre o sector das artes do espectáculo e a sua necessidade de obtenção de apoios e subsídios, uma vez que este é um sector ainda pouco estudado e que demonstra algumas fragilidades a nível da sua própria auto-subsistência. Para além do sector das artes de espectáculo apresentar necessidades constantes e custos fixos que dificultam a sua subsistência, também não produz bens cuja aquisição interesse a coleccionadores e grandes mecenas, uma vez que são produtos efémeros que não se valorizam ao longo do tempo. Por outro lado, não deixa de ser interessante observar a evolução histórica destas artes seculares que se desenvolveram a par e passo com as cidades, que englobam em si mesmas outras artes (a ópera, por exemplo, envolve música, dança, cenografia, dramaturgia, etc.) e que apesar de serem relativamente populares não conseguem atrair as grandes massas de público e portanto não se conseguem tornar verdadeiramente rentáveis.

Dentro das artes do espectáculo daremos particular atenção à dança contemporânea.

Segundo Escaleira (2001), o sector das artes do espectáculo caracteriza-se, no lado da oferta, pela apresentação ao vivo de obras de arte criadas, através de uma mesma técnica de produção, sendo o produto acabado um processo de representação desenrolado em frente aos espectadores, não existindo sem a presença destes e coexistindo com outro trabalho não observado (escrita, dramaturgia, encenação, coreografia, montagem, desenho de luz, ensaios, etc.). Se considerarmos esta definição do sector das Artes de Espectáculo, poderemos excluir deste sector de análise, o cinema, o rádio e a televisão, por lhes faltar a característica “ao vivo” e o desporto por não apresentar uma obra de arte criada.

Os sistemas clássicos de ordenação das artes não se inibiam de sublinhar uma dicotomia fundamental entre artes do espaço e artes do tempo. Esta é uma classificação que se encontra hoje em dia um pouco ultrapassada, mas que pode revelar-se útil para entendermos o desenvolvimento histórico das artes do teatro e da dança, bem como a forma como este tipo de manifestações foram sendo pensadas ao longo dos dois últimos séculos. A classificação tradicional opõe as três artes plásticas (arquitectura, escultura e pintura) às três artes rítmicas (dança, música e poesia), coroadas pela célebre “Sétima

Arte”, ou seja o cinema. (Huisman, 1984:113) Outros autores propõem uma divisão entre artes visuais, auditivas (e.g. música) e de síntese visual e auditiva, incluindo neste último grupo o teatro e o cinema. (ibid:115)

Na verdade, o tema pertence fundamentalmente à estética oitocentista, onde desempenhou papel de relevo. O primeiro sistema das artes completo foi elaborado por A.W. Schlegel em 1801, e funde-se já na distinção entre artes do espaço e artes do tempo. Consoante a sua intuição sensível seja simultânea (caso da pintura e escultura) ou sucessiva (caso da poesia e da música) assim serão agrupadas as obras e os eventos artísticos; curiosamente, a dança não pertence nem ao primeiro nem ao segundo grupo, constituindo um termo médio que une artes do espaço e do tempo. (Carchia, D’Angelo, 2003:326)

Já o sistema de Hegel, que estabelece uma relação entre período histórico e modalidades artísticas, só tem espaço para cinco artes “maiores”: a arte simbólica é a arquitectura (Egipto); a arte clássica é a escultura (Grécia); as artes românticas são a pintura, a música e a poesia. Assim sendo, a dança é relegada, juntamente com a jardinagem, para a classe das artes de transição, não susceptíveis de enquadramento conceptual rigoroso.

As discussões prolongam-se até meados do século passado – Étienne Souriau, na *sua Correspondance des arts* (Paris, 1947), por exemplo, atribui grande importância ao problema do sistema das artes – sendo que os critérios continuarão a relacionar-se predominantemente com os órgãos dos sentidos ou com a oposição espaço/tempo. Contudo, o próprio desenvolvimento das manifestações artísticas contemporâneas vem pôr em crise qualquer pretensão de ordenamento sistemático. De facto, a classificação tradicional pressupõe uma concepção ingénua das obras de arte, como se estas formassem um campo definitivamente estabelecido e não um conjunto dinâmico. Não só, nalguns casos, é o próprio conceito de arte enquanto trabalho sobre um material específico que é posto em causa – *readymade*, arte conceptual – como também o surgimento dos *novos media* resulta na criação de objectos e eventos artísticos que se caracterizam pela interacção entre diferentes registos expressivos: palavras, imagem e som.

O desenvolvimento de estratégias para a obtenção de patrocínios tornou-se responsabilidade dos profissionais de marketing, acabando por fazer com que a diferença entre arte e publicidade se tenha tornado menos nítida.³⁰

Existe, cada vez mais, uma tendência contemporânea de fusão da arte com outras linguagens. Para além da publicidade e do marketing, a arte também se tem aproximado das ciências tentando usufruir directamente da inovação tecnológica e científica que frequentemente ajudam à criação de novas expressões artísticas. Mas para que os artistas possam experimentar livremente novas técnicas e formas de expressão precisam, regra geral, de apoios e patrocínios que lhes permitam a investigação, a compra de materiais e à sua subsistência financeira.

Na área das artes do espectáculo temos assistido nos últimos anos a uma perfeita simbiose entre disciplinas. Muitos coreógrafos / autores associaram os seus espectáculos a dispositivos multimédia onde o vídeo, os lasers, os sistemas de detecção de movimento têm-se tornado parte integrante da obra.

As políticas públicas de cultura para além de contribuírem para a melhoria cultural, a superação da exclusão e de desajustes e da distância cultural entre integrados e excluídos, tem por missão também a contribuição para a gestação de um novo projecto de civilização centrado no direito à vida em todas as suas manifestações. “A cultura nos tempos de hoje tem de problematizar paradigmas que aprisionem os seres humanos, condenando-os a escravos da modernidade.” (Brant, 2003:46)

O alvo do mercado cultural é o cliente, o consumidor pagante. O que importa ao mercado, em primeiro lugar, é o acto do consumo e o quanto o usuário pode pagar – e está disposto a pagar – para praticá-lo. Aquilo que o consumo cultural provoca no consumidor, as assimilações por este operadas, normalmente não constitui um cuidado particularmente sensível ao mercado.

Uma deglutição inofensiva do produto, associada ao prazer do entretenimento ameno, incapaz de ocasionar mal-estar cerebral, é o plácido ideal da “gastronomia cultural” do mercado. Uma culinária muitas vezes sofisticada e atraente, que não deixa sequelas. Tanto melhor se, além disso contribuir para dar ao cliente o prestígio, a notoriedade e a distinção social de que são merecedores os habitués dos territórios culturais. (Brant, 2003:31)

³⁰ A publicidade tem-se aproximado da arte apesar de nunca ter conseguido ultrapassar a barreira que separa ambas: a funcionalidade. Por muito que a publicidade se tenha tornado “artística” e por muito que recorra frequentemente a artistas consagrados, não deixa de respeitar a funcionalidade básica de publicitar algo, pelo que não poderá ser considerada arte. No entanto, encontramos hoje em dia trabalhos publicitários que se fundem e “tocam” o campo artístico deixando quase de cumprir a sua função principal de informar.

O domínio cultural e dentro dele o sector das organizações não lucrativas e organizações com fins lucrativos coexistem em perfeita harmonia em estruturas definidas do mercado. O Estado assume um papel preponderante no desenvolvimento da cultura através da criação e implementação das políticas culturais, sendo também de extrema importância os apoios dados pelo sector privado. O apoio às artes por parte de empresas privadas é estimulado pelos organismos públicos que pretendem desta forma aumentar a oferta do sector. Por mais activa que seja a participação privada, a política pública da cultura, assim como a da economia ou educação, acaba definindo uma linha mestra que delimita o próprio espaço deixado à complementaridade da acção do sector privado, inibindo-a ou incentivando-a.

A cultura deve ser reconhecida como um dos pilares da sociedade pois promove a identidade de um povo, incentiva a criação e participação, a diversidade. A necessidade do desenvolvimento de uma política cultural assenta no facto de que a produção de cultura, nos seus diferentes aspectos não será garantida se deixada às forças do mercado, assim como sua distribuição e consumo não ocorrerão de forma socialmente mais desejável. (Reis, 2006:140)

Não se pode rebaixar a cultura e a indústria cultural simplesmente à sua dimensão económica: os produtos e serviços culturais transmitem valores que projectam a diversidade criativa de indivíduos e povos. Isto porque a cultura não pode ser reduzida somente ao seu aspecto comercial, como confirmam as várias resoluções da UNESCO nos últimos anos ³¹

A especificidade das artes de espectáculo faz com que este seja um sector de trabalho-intensivo que obriga à escolha de profissionais altamente especializados, quer sejam músicos, bailarinos, actores, directores de cena... Para K. Marks um trabalhador é considerado produtivo ou improdutivo, conforme o seu posicionamento no processo produtivo, pertencendo a actividade artística à superestrutura da sociedade, que depende da criação da mais-valia pelos trabalhadores produtores de mercadorias. (Escaleira, 2001:7)

Este é um sector fragilizado em termos económicos e financeiros, uma vez que, regra geral as receitas não chegam para cobrir os custos. Existe por um lado um conjunto de

³¹ in Manifesto da Federação Internacional dos sindicatos de espectáculos, do audiovisual e artes cénicas (CGT). França, 2002.

bens de capital fixo (edifício e espaço cénico, os equipamentos de som e de luz, instrumentos musicais, os adereços e guarda-roupa, etc.) que servem de apoio à criação e exibição das obras artísticas. A estes bens associam-se ainda as remunerações a artistas, a coreógrafos e directores artísticos, o pagamento dos direitos de autor (quando se verifica essa necessidade, quer seja a nível de obras literárias, de utilização de músicas ou obras multimédia), a construção de cenários e figurinos, custos associados a ensaios, deslocações, alimentação, e a publicidade.

Para que possam garantir a sua subsistência financeira, grande parte das organizações culturais portuguesas assumem compromissos com as câmaras, com o governo e com empresas privadas de forma a poderem obter os apoios necessários à criação de várias obras artísticas. Estes compromissos ajudam a dinamizar os grupos, apoiam a inovação (tecnológica e criativa), mas também os obrigam à criação artística através da imposição de datas de apresentação ao público das obras e em muitos casos imposição de um determinado número de obras a apresentar anualmente.

Para as cidades estes compromissos tornam-se proveitosos, pois garantem as agendas dos teatros e a dinamização dos grupos, por outro lado, os grupos de dança, música, teatro ou criação de espectáculos multimédia são obrigados a renovar constantemente o seu repertório e de apresentar de forma frequente novos trabalhos artísticos para que possam cumprir os contratos estabelecidos. Fomenta-se desta forma um certo estado de insatisfação que leva a que as companhias procurem a inovação, a qualidade e claro está a renovação dos contratos e subsídios.

Daniel Oliveira³², escreveu o seguinte comentário a 25 de Outubro de 2006: A propósito do Rivoli, alguns intelectuais em sabática constante voltaram ao tema da subsidio-dependência da cultura. São os mesmos que não se cansam de explicar que este país é analfabeto, uma piolheira sem remédio, um atraso de vida. Os mesmos que nos mostram o que se faz “lá fora” e avaliam o país pelo prime-time da televisão. Os mesmos que querem defender o património construído com dinheiro público. Mas quando chega à produção cultural, aqui e agora, vêm em defesa do mercado, mesmo sabendo que o mercado português tem uma dimensão que torna o *mainstream* um produto para nichos de mercado e o resto para mercado quase nenhum. São os mesmos que exigem dos políticos menos populismo e mais impopularidade no momento das decisões difíceis. Os mesmos que querem uma escola que não siga as modas e não facilite. Mas quando chega

³² Jornalista desde 1988 actualmente colunista do Jornal Expresso e comentador no programa da SIC Notícias “Eixo do Mal”

à cultura, transformam o mercado num sufrágio democrático e acusam o Estado de subsidiar as elites. Mas a verdadeira razão da sua indignação é outra: o subsídio liberta a arte dos constrangimentos ideológicos do mercado, bem mais eficazes do que os do Estado. Se é a verdade que o Estado já dominou a cultura pelo dinheiro, hoje, em sociedades democráticas, paga mais vezes a quem o critica (refiro-me à crítica ideológica, não à crítica personalizada) do que o contrário. A arte é mesmo um dos poucos espaços de construção de hegemonia cultural em que isso acontece. O que tem consequências políticas. É apenas isto que lhes custa.³³

As artes de espectáculo não se inserem dentro dos chamados sectores progressivos, uma vez que a produtividade não tem tendência para aumentar com a evolução tecnológica e com a formação de recursos a par com outros sectores, apesar de ser uma tendência forte a procura de inovação tecnológica associada a este tipo de espectáculos. Exemplo claro desta procura ao nível da inovação tecnológica associada a uma obra artística é o trabalho do coreógrafo português Rui Horta³⁴, que tem ao longo dos anos apresentado trabalhos inovadores que conjugam os movimentos exploratórios dos bailarinos com meios tecnologicamente avançados. Este é o caso de *Scope* (2007) um espectáculo de dança e multimédia, onde a dança se apoia em meios tecnológicos que não vivem sem esta (não fazem sentido sem a movimentação dos corpos). A exploração dos movimentos dos bailarinos através do uso de sensores, microfones, fios, luzes câmaras criam uma interacção com o público, criam uma nova forma de visualizar o espectáculo que explora sensações e os sentidos dos espectadores. No início do espectáculo o espectador é convidado a seguir os quadrados de luz colorida que estão projectados no chão e que de forma dinâmica vão direccionando as mulheres para um espaço e os homens para outro criando uma barreira visual entre ambos os sexos. É através do som e de projecções (dos movimentos que os bailarinos fazem através de pequenas câmaras) no chão ou em cima de objectos que o público feminino se pode aperceber do que o público masculino está a visualizar e vice-versa. Esta cumplicidade entre os bailarinos / actores e os meios tecnológicos patentes nas obras de Rui Horta tais como *Scope* (2007), *Pixel* (2001),

³³ Consultado no link <http://arrastao.org/sem-categoria/subsidios/> a 10/4/2009

³⁴ Nascido em Lisboa, Rui Horta começou a dançar aos 17 anos com o Ballet Gulbenkian. Estudou, ensinou e foi intérprete em Nova Iorque durante vários anos, após os quais regressou a Portugal, onde dirigiu a Companhia de Dança de Lisboa, sendo um dos principais agentes no desenvolvimento de uma nova geração de bailarinos e coreógrafos portugueses. Mais tarde, com o seu próprio grupo de dança, criou *Line* e *Interiors*. Com estas duas obras, efectuou as suas primeiras digressões pela Europa. Foi então convidado a fundar a S.O.A.P. que se tornou a companhia residente no Künstlerhaus Mousonturm, em Frankfurt.

Set Up (2005), entre outras, faz com que as obras de Rui Horta estejam dentro dos chamados espectáculos inovadores pois progridem com o desenvolvimento dos meios tecnológicos, mas continuam a não se integrar dentro dos chamados sectores progressivos, pois não aumentam a sua produtividade pelo facto de usarem estes meios.

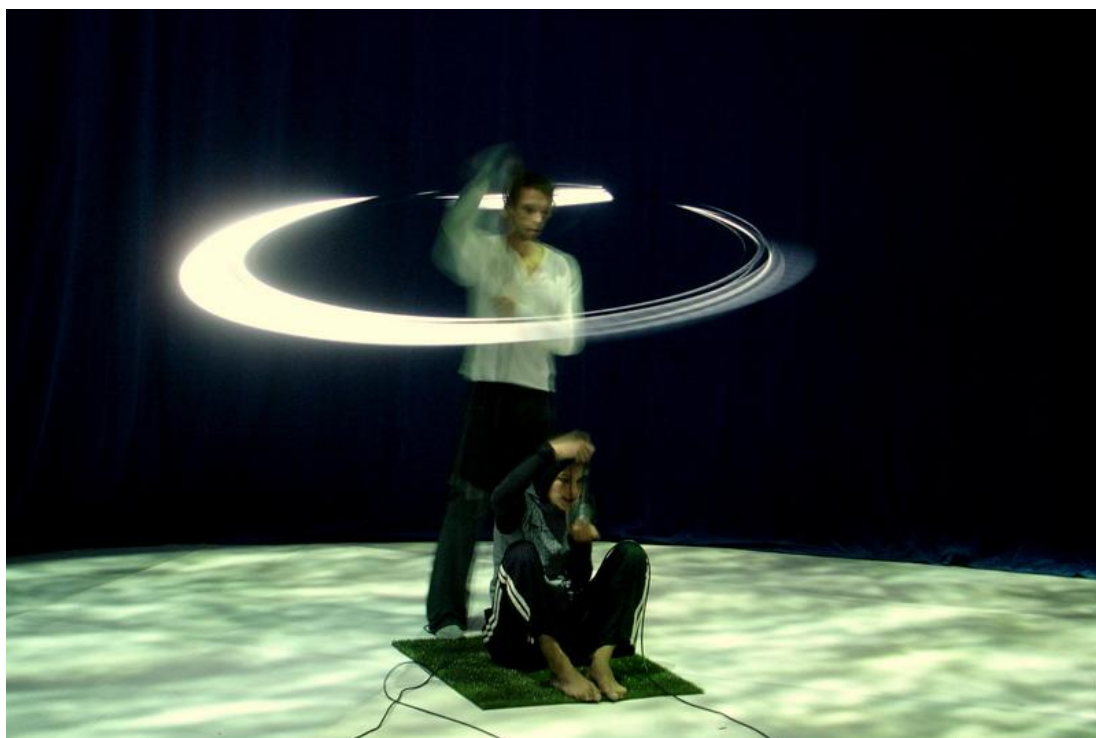


Fig.11 – Romeu Runa e Elisabeth Lambeck, *Scope*, 2007, Coreógrafo: Rui Horta

O sector das artes do espectáculo está completamente dependente do produto que neste caso é o próprio trabalhador / intérprete, pelo que se torna difícil, ou mesmo impossível o aumento de produtividade que está intimamente ligada à força de trabalho-intensivo, ao conjunto de competências específicas de quem detém a força de trabalho. (Escaleira, 2001:46).

O crescimento dos custos associado aos aumentos salariais, para além da taxa de inflação e do reduzido aumento das receitas, faz com que este sector sofra um desfasamento entre os custos de produção e as receitas cobradas. Uma das formas de controlar o défice encontrada pelas companhias das artes do espectáculo, é a da redução de pessoal, numa tentativa de tornar mais versáteis os funcionários indispensáveis ao funcionamento das companhias. Desta forma, vemos os bailarinos, músicos e actores a fazer trabalhos administrativos e técnicos e assistimos a uma redução do tempo de ensaios. Uma das consequências directas desta tentativa de redução dos custos é a redução da qualidade dos projectos apresentados, não só pela falta de preparação dos intérpretes como também

pelo cansaço apresentado pelos mesmos. Transforma-se desta forma o défice financeiro em défice artístico.

O sector das artes do espectáculo caracteriza-se, pelo lado da oferta, pela apresentação especializada ao vivo das obras artísticas, obrigando assim o espectador a ter uma capacidade de interpretação e compreensão, ou seja, obriga a um público minimamente esclarecido e educado para o tipo de obra que vai visualizar.

Esta apresentação obriga à escolha de um espaço físico preparado estruturalmente para a recepção de vários tipos de espectáculos, disciplinado por um horário de início e término, independentemente da vontade e disponibilidade do público. Para além do preço dos próprios bilhetes (nos casos em que se justifica), os espectadores também têm associados custos de alimentação, deslocação e estacionamento (quando aplicável). Para além dos custos associados e suportados pelos espectadores acrescenta-se que esta é uma actividade consumidora de tempo que obriga à permanência no mesmo local durante um período de tempo fixo não sendo passível de consumo.

De forma a combater a deficiência financeira das companhias das artes do espectáculo e maximizar os lucros do sector, muitas companhias têm recorrido a prolongamentos de temporadas pela repetição de repertórios aproveitando assim economias de escala daí recorrentes.

O capital destas organizações / companhias artísticas não pode ser indexado a acções ou quotas remuneradas ou de bolsa, o que faz com que o seu financiamento seja feito através de subsídios, donativos, trabalho voluntário e via contratação de empréstimos. (Escaleira, 2001:122)

Uma companhia para conseguir atrair apoios variados deve conseguir posicionar-se no mercado, quer a nível artístico como a nível de comunicação e visibilidade. A teoria tradicional de marketing defende que uma companhia, empresa ou individuo deve tentar alcançar o êxito satisfazendo as necessidades e os desejos dos consumidores. O mercado é, deste modo, o ponto de partida e chegada deste processo. Os profissionais do marketing cultural deverão tentar alcançar os segmentos de mercado que possam estar interessados, ou possam vir a ser persuadidos, de forma a consumirem produto em causa, devendo ajustar a este as variáveis comerciais como o preço, a distribuição e a comunicação para colocar o produto em contacto com o máximo de consumidores possível e conseguir assim, obter os melhores resultados possíveis e consistentes com a missão da empresa cultural. As manifestações culturais precisam de um forte apoio a nível da criação de uma estratégia de marketing que permita uma boa divulgação e comunicação perante os consumidores que expressam desejos e necessidades por produtos, serviços e ideias. As noções de necessidade e desejo são a pedra angular de

qualquer estratégia de marketing. O êxito comercial por si só não satisfaz o fim social de muitas empresas culturais, especialmente se estão orientadas para o produto. Em todo o caso, o risco é tanto financeiro como artístico. (Towse, 2003:501)

Dentro da gestão cultural, o marketing das artes tem como objecto de estudo a participação nas artes e na formação do gosto no público. Este último tem sido estudado por psicólogos e antropólogos culturais que têm observado a existência de hábitos e habilidades culturais. Aqueles que crêem que, mediante a publicidade comercial se pode persuadir facilmente os consumidores a adquirirem produtos caros da cultura pop são os que frequentemente defendem o uso dos subsídios baseando-se no argumento de que os consumidores poderiam não ser persuadidos a “melhorar” o seu gosto pela alta cultura.

Vários geógrafos e técnicos de planificação urbanística, têm realizado estudos sobre a localização dos espaços culturais e o desenvolvimento do número de empregos dentro da área cultural. O papel da cultura no desenvolvimento urbano e dos bairros marginais tem sido muito debatido em estudos sobre o impacto económico na economia da cultura. Quando predomina a lógica do mercado na produção e difusão da cultura, não podemos falar de produção espontânea. É responsabilidade do Estado equilibrar a oferta dos produtos culturais produzidos, descentralizando a criação, ou seja, deve promover a pluralidade e diversidade de manifestações. (Towse, 2003:37)

O mercado está cheio de fornecedores monopolistas que oferecem quantidades pequenas a preços muito superiores aos custos reais. O governo poderia corrigir esta falha de mercado apoiando uma oferta adicional. Os leilões de obras de arte são um exemplo de um mercado quase perfeitamente competitivo. (ibid,77)

5.1 – A responsabilidade social do Estado

Ao longo da história, observamos que as sociedades ocidentais têm-se envolvido profundamente com a cultura. No entanto, os governantes (Estado) que detêm o poder preferem apoiar as instituições culturais já bem estabelecidas, que proporcionem uma cultura que geralmente agrada ao público em geral; por exemplo, os teatros de ópera oferecem frequentemente representações de obras clássicas de Verdi, Mozart, Puccini, Rossini, etc. Existe aqui, (no caso da exibição das óperas clássicas) algum facilitismo e comodismo por parte dos responsáveis dos teatros e do Estado que os apoiam, pois como já dissemos atrás o povo pode e deve ser educado através de uma vasta oferta a nível cultural. Ao contrário destas obras aclamadas e bem aceites pelo público em geral, a arte mais experimental e controversa encontra maiores dificuldades em obter apoio público, porque quem toma as decisões depende da opinião pública, e devido a interesses

relacionados com reeleições e aprovações populares, faz com que haja assim uma tentativa de reduzir a possibilidade de ocorrerem escândalos, que são mais prováveis neste tipo de arte. (Towse, 2003:73)

Certas actividades culturais exigem à partida a necessidade de comprar quantidades maiores que as que os consumidores individuais precisariam adquirir no mercado (maior quantidade pode significar preços mais atractivos). Assim se justifica que sejam os políticos a tomar grande parte das decisões de compra, guiados por interesses económicos em detrimento dos interesses da maioria da população.

Eventos de grande exposição mediática como a Expo ou o Euro são regra geral, fortemente financiados pelo poder político. Como estes eventos se apresentam como obras para grandes massas, facilmente alcançam o retorno financeiro tornando-se auto-sustentáveis e, mais importante, alcançam lucros de grande escala. Pelo contrário, as artes de espectáculo que, por especificidades técnicas como o facto de não terem capacidade para albergar grande numero de público dentro dos teatros, ou mesmo de atrair as massas aos seus espectáculos, não conseguem tornar os seus espectáculos lucrativos ao ponto de se tornarem incontestavelmente obras de sucesso atraindo assim subsídios e apoios estatais e privados. Encontramos frequentemente espectáculos das artes de espectáculo apresentados ao ar livre que apesar de conseguir atrair um vasto público não conseguem ser lucrativos, uma vez que, para que consigam atrair o público precisam obter apoios para tornar os ingressos gratuitos ou extremamente baratos. Normalmente são as entidades camarárias que assumem os custos destes espectáculos.

O que antes era visto como filantropia e depois como marketing de causas³⁵ assumiu nova dimensão com a proposta da responsabilidade social. A responsabilidade social é mais que uma contribuição às causas sociais, caracteriza-se por uma postura activa no comprometimento da empresa não apenas em ser ética e assumir responsabilidade pelo bem-estar dos seus funcionários, como também promover o desenvolvimento da comunidade em que actua, em termos económico, social, ambiental, cultural, político, educacional, de forma integrada com o dia-a-dia do seu negócio.

A responsabilidade social ganhou visibilidade com o crescimento das discussões sobre a globalização. Em 1999 o secretário-geral da ONU, Kofi Annan, desafiou os líderes das grandes empresas a ajudar a construir condições sociais e ambientais ao desenvolvimento de uma nova economia global que respeitasse os direitos humanos, promovesse a defesa

³⁵ O **Marketing de causas** relaciona as contribuições da empresa em prol de determinada causa com a disposição dos clientes para manter transacções com essa empresa e, assim, gerar receita para ela. É uma actividade de natureza comercial e institucional, a partir da qual uma empresa procura associar sua marca a uma causa ou a uma organização social, gerando benefícios mútuos.

do meio ambiente e de uma sociedade mais justa. “ (...) Comunidades saudáveis com empresas socialmente responsáveis promovem economias estáveis.” (Reis, 2006:10-11)

É também responsabilidade do Estado o incentivo ao patrocínio e mecenato por parte das empresas. Enquanto que a filantropia apenas trata de acções externas à empresa, tendo como beneficiário principal a comunidade e as suas diversas formas e organizações. A responsabilidade social leva a empresa a pensar os seus negócios de forma consciente, engloba preocupações com um público mais amplo (desde funcionários, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e meio ambiente). (ibid:11) Regra geral, empresas com maior responsabilidade social e ética tornam-se mais lucrativas a longo prazo. Para além de atraírem funcionários qualificados e aumentam a lealdade dos seus funcionários e consumidores, e promovem de forma integrada a sua imagem pública.

Os apoios cedidos pelo Estado são geridos através dos seus políticos e funcionários que estão expostos a vários grupos de pressão. Como resultado, tendem a favorecer aqueles produtores culturais que estão mais bem organizados, o que provoca em muitas ocasiões que os recursos se concentrem em poucos e bem estabelecidos produtores culturais. Também têm a tendência de favorecer os grupos que mais apoios lhes possam geral por parte da população em geral, para além de, tal como se disse atrás, se encontrarem pressionados pelos gostos da opinião pública em geral (potenciais eleitores).

Segundo Towse (2003) o apoio do Estado pode ter efeitos contrários aos desejados. O apoio prestado a óperas e teatros é muitas vezes usufruído pelos cidadãos com maiores posses económicas para além de jovens estudantes que ao longo da sua vida desfrutarão de ingressos superiores à média da população. Estas injustiças a nível dos apoios públicos também se verificam perante os artistas, uma vez que é verificável que são os artistas mais bem sucedidos, logo os que se encontram mais confortáveis financeiramente, os que regra geral são beneficiados com os apoios públicos.

Um estudo realizado em 2007 pela APEME³⁶ (Área de Planeamento e Estudos de Mercado) apresentado durante a conferência “Consumer Trens 2008”, mostra que existe uma tendência nítida para que os jovens europeus dêem uma crescente importância às actividades ditas culturais.

Hoje em dia queremos comprar objectos que nos emocionem, que nos ensinem algo, que nos contem histórias e nos façam sonhar. A nossa sociedade vive para o momento, numa incessante busca pelo novo, pelo original. Queremos satisfazer as nossas necessidades e

³⁶ Conferência “Consumer Trens 2008” organizada pelo Ipam, (2 de Abril de 2008) na Alfandega do Porto. Liz, C. *Tendências da Sociedade Portuguesa Contemporânea: Principais resultados de um Estudo junto de um Painel de Trend Setters*. APEME

aspirações de forma rápida e eficaz. Cada vez mais divulgam-se viagens de *low-cost* de curta duração para cidades europeias, a saúde não se trata, previne-se através de alimentos biológicos, medicamentos naturais e actividades que estimulem o bem físico e psíquico. Cada vez mais temos acesso a workshops que nos ensinam técnicas de representação plástica, expressão corporal, colocação de voz, pintura a óleo, entre outros.

O turismo cultural tem-se desenvolvido fazendo com que o objectivo principal seja a vivência de uma experiência cultural, através de viagens a lugares de interesse histórico, participação em eventos culturais, visitas a instituições culturais ou simplesmente pela vontade de conhecer novos povos com hábitos e valores diferentes dos nossos.

Os temas culturais que mais despertam interesse são as instituições culturais compostas por museus, galerias, teatros, casas de espectáculos e concertos; as tradições folclóricas que atraem os turistas pela sua autenticidade, manifestações e tradições; o património histórico que oferece o prazer primário ou complementar de apresentar valores históricos como o turismo destinado a Veneza ou Atenas; locais religiosos como por exemplo as peregrinações a Santiago de Compostela que se tornaram mundialmente famosas e que foram impulsionadas pelas autoridades galegas em 1991, e as gastronomias regionais que se apresentam como um atractivo aos turistas sendo que existem mesmo agências de turismo especializado em roteiros gastronómicos. (Reis, 2006:45)

A cultura é a melhor forma de promoção da imagem de um país para o exterior. Promover a cultura de um país significa muito mais do que divulgar as suas manifestações. Ela explicita o grau de diversidade, criatividade, os valores e costumes de um povo. Os países que associam indústrias específicas à sua própria cultura, como o design italiano ou a alta-costura francesa, valorizam a sua imagem afirmando-se como centros de criatividade, inovação e lançamento de tendências mundiais. Promovem assim, a imagem do país que é beneficiada pela interacção entre a cultura, economia e turismo, complementando-se e promovendo-se mutuamente.

Do ponto de vista de análise cultural, as indústrias criativas e o seu suposto sucesso fundamentam-se não na criatividade nem nas artes mas sim na ideia de consumo – o importante é que vendam e gerem receitas. As indústrias criativas exigem um forte investimento a nível da investigação científica e na produção artística, dependendo a sua evolução de apoios estatais ou privados. (Pinto Ribeiro, 2009) Claro que esta defesa do consumo generalizado e da geração de receitas faz com que muitas vezes quem detém o poder desleixe a qualidade na perseguição dos objectivos financeiros. Poderemos referenciar o caso de alguns museus, que com o objectivo de apresentarem

sucessivamente exposições de sucesso comercial, acabaram por apoiar obras que para além de serem um fracasso perante a opinião pública apresentavam qualidade duvidosa. (Towse, 2003:80)

Reis (2006) defende que a cultura deverá ser compreendida como o que dá a um povo a sua distinção (valores hábitos, atitudes, criações), pelo que a economia faz parte da própria cultura.

Os benefícios gerados pelas actividades culturais são de diversos aspectos:

- Directos, pela própria instituição cultural ou projecto, envolvendo suas despesas na região, como locação de teatro e equipamentos, compra de produtos e serviços.
- Indirectos, compreendendo os gastos do público participante como hospedagem, alimentação, transporte e compras.
- Induzidos, envolvendo todas as compras e despesas em geral efectuadas pelos artistas, equipamento de produção, assessores de imprensa e demais envolvidos no projecto.
- Tributos, abrangendo impostos e taxas pagos pela instituição ou projecto cultural aos governos municipal, estadual ou federal. (Reis, 2006)

As actividades culturais geram benefícios económicos como os que acabamos de descrever para além dos benefícios não mensuráveis como o enriquecimento intelectual da sociedade, a promoção da identidade de um povo, o fomento à criatividade, à análise crítica, a facilitação da inserção social de segmentos marginalizados, projecção positiva da imagem da região ou país.

O próprio Estado, tem noção que o desenvolvimento de uma sociedade depende da cultura média dos seus habitantes, pelo que, faz parte da sua missão a divulgação e o incentivo à participação e fruição das ditas actividades culturais. A crítica social proporcionada pelas artes contribui para o reforço da cidadania e da capacidade de reflexão crítica da população sobre a sociedade em que se inserem, sobre as políticas vigentes e contribui para a aquisição de uma maior consciência social. Logo, a intensificação da comunicação e da fruição de obras artísticas contribuem para a compreensão de padrões de vida e comportamentos dos cidadãos de uma determinada comunidade.

Portugal tem vindo a afirmar-se ao longo dos últimos 25 anos como um país capaz de organizar grandes manifestações culturais das quais destaco em 1984 a XVII Exposição Europeia da Cultura – em Lisboa, em 1992 a Participação na Europália que levou a cultura portuguesa à Bélgica, em 1994 a Lisboa – Capital Europeia da Cultura, em 1998 a Expo98, em 2001 o Porto 2001 – Capital Europeia da Cultura e em 2004 o Euro 2004 (Campeonato Europeu de Futebol – aqui referenciado pela aliança feita a grandes espectáculos e actividades culturais).

A criação e exposição mediática destes eventos culturais serve essencialmente para que Portugal se consiga afirmar no mundo como um país evoluído, atento às novas tendências culturais e tecnologias. Os países que se conseguem afirmar culturalmente conseguem-se desenvolver de uma forma coordenada e progressiva. O desenvolvimento cultural de um país fomenta a pesquisa tecnológica, dinamiza a economia e desenvolve as redes de comunicação.

Para Towse (2003) uma característica da cultura é a sua natureza colectiva, pelo que ninguém (mesmo quem não paga) será excluído do seu desfrute e consumo. Pelo contrário o consumo cultural oferecido por um teatro, uma ópera ou museu não é um bem público, porque quem não paga pode ser excluído, o que normalmente acontece.

Brant (2003) defende que a arte não pode ser estruturada pela lógica do comércio ou do entretenimento. Ela é um bem social e a comunidade como um todo precisa dela, por isso mesmo, a arte não pode depender do lucro para sua criação ou manutenção. Os seus operadores, os artistas, devem ter a sua vida estruturada de forma a que se possam dedicar ao seu ofício tendo a subsistência garantida. As empresas participam muitas vezes activamente no apoio ao desenvolvimento artístico e cultural das sociedades. Reis (2006) defende que existem várias motivações que levam ao envolvimento de uma empresa em projectos culturais sob uma perspectiva de patrocínio ou investimento. Ao patrocinar um projecto cultural a empresa procura obter reconhecimento por parte do seu público e clientes. O Estado, por seu lado, procura preservar e desenvolver a cultura de uma comunidade, sem ter preocupações comerciais. O Estado assume a função de mediador e a responsabilidade de assegurar a diversidade estética, o acesso público às artes, a preservação da identidade cultural nacional.

O apoio do Estado é vital para a sobrevivência do sector das artes do espectáculo, especialmente em Portugal, país onde o mecenato cultural e os apoios privados não estão muito desenvolvidos. Os apoios concedidos pelo Estado podem manifestar-se de variadas formas, sejam através de subsídios, concessão de espaços para apresentação de trabalhos ou para ensaios. Regra geral, para que o Estado subsidie uma organização esta tem que provar a sua qualidade através da reputação adquirida entre os seus pares e

através da aderência do público aos seus espectáculos – o Estado financia quem lhe garanta qualidade, inovação e criatividade, em detrimento de quem mais necessita. O patrocínio de um projecto cultural por parte do Estado tem, também, como objectivo a movimentação da economia, a oferta de empregos, oferta de actividades de lazer que atraiam novos habitantes e turistas para determinados locais e ainda a democratização do acesso à cultura e a diversidade de projectos culturais. (ibid:151)

O financiamento da cultura por parte do Estado ou do sector privado apresenta motivações e objectivos bastante distintos:

	Sector público	Sector privado
Motivação	Social	Social ou pessoal (mecenato) ou comercial (patrocínio).
Público-alvo	População	Consumidores/clientes actuais ou potenciais, fornecedores, funcionários, governo, jornalistas, etc.
Objectivo	Os estabelecidos na política cultural: democratização, diversidade, promoção da identidade nacional, etc.	Pessoais ou sociais (mecenato) ou estabelecidos na estratégia de divulgação da marca, endomarketing, etc.
Formas de mensuração dos resultados esperados	Eliminação das desigualdades de acesso à cultura, distribuição descentralizada de projectos culturais, estudos de imagem do país, etc.	Cobertura dos media, estudos de imagem, predisposição à compra, aprovação de projectos, etc.
Articulação	Sectores económico, social, educação, tecnológico, relações exteriores, etc.	Com a comunidade (mecenato) ou com a estratégia de comunicação da empresa (patrocínio).

Quadro.1 – Reis (2006) *Sector público e sector privado: participações complementares, não substitutas*. p. 152

Os projectos experimentais que se dirigem a nichos de mercado, ou a públicos mais esclarecidos e culturalmente conhecedores acabam por não conseguir validar a sua qualidade de uma forma abrangente pois não conseguem atrair, de uma forma geral, as massas. O facto de o Estado esperar pela aprovação das massas acaba por fazer com que se torne extremamente complicado para que uma nova companhia se consiga implementar no mercado. Esta terá que conquistar públicos, construir uma boa reputação, suportar os custos associados ao arrendamento ou compra de um espaço para ensaios, compra de materiais inerentes à criação artística (roupa, calçado, adereços para apresentação da obra, pagamento de salários, etc.) Só após o ganho de uma reputação que lhes aufera excelência, poderão estas organizações candidatar-se a apoios estruturais e correntes.

A obtenção de receitas próprias é gerada no âmbito do funcionamento do mercado de bens e de serviços, mas muitas vezes precisa ser disciplinado pelo Estado para que os preços dos bilhetes sejam fixados segundo a regra de mercado da oferta e procura. A utilização de lotarias (que dependem da aprovação do Estado) começa a ser utilizada de forma crescente como meio de luta contra o défice financeiro das organizações das artes de espectáculo. A obtenção de eventuais excedentes financeiros é utilizada pelas organizações não lucrativas para obter a maximização de audiências através da redução dos preços dos bilhetes e como suporte financeiro para eventuais riscos futuros.

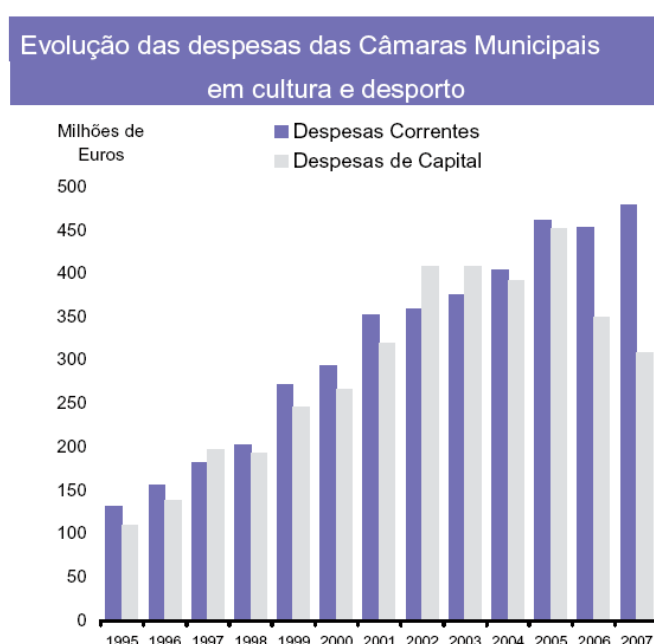
A ópera sempre foi considerada como a mais cara das artes cénicas, apesar de ser, regra geral a arte cénica que mais apoios públicos recebe e a que menos audiência tem. Normalmente sustenta-se que os custos são relativamente altos devido à sua própria natureza artística que requer a combinação de recursos teatrais, um elenco de solistas, um coro, uma orquestra completa e por vezes assistimos a sinergias entre a ópera e a dança através da contratação de bailarinos clássicos. Os custos e os preços são altos e a audiência escassa devido ao facto da ópera estar estreitamente ligada às tradições interpretativas do século XIX, se houvesse procura para óperas modernas de pequena escala em salas “normais”, não haveria razão para que custasse consideravelmente mais que o teatro. As massas continuam a procurar as grandes óperas como *Aida*, *O Barbeiro de Sevilha*, *La Boéme*, entre outras. (Towse, 2003:568)



Fig. 12 - *La Traviata* at Lyric Opera, 2007-2008 Season in <http://theglitteringeve.com/?p=3218>, Dave Schuler on October 7, 2007.

O apoio prestado pelo Estado à educação é visto como um apoio indirecto à cultura por ser a educação um meio de formação do gosto e uma forma de fomentar as práticas artísticas através da inclusão de certas disciplinas na formação escolar das crianças (música, expressão dramática, dança, etc.) e pela formação de professores especializados em áreas específicas (música, dança, expressão dramática). Também o apoio ao desenvolvimento do turismo ajuda a fomentar o desenvolvimento tecnológico e artístico do país e a dinamizar os grupos artísticos. O desenvolvimento do turismo obriga à inovação e

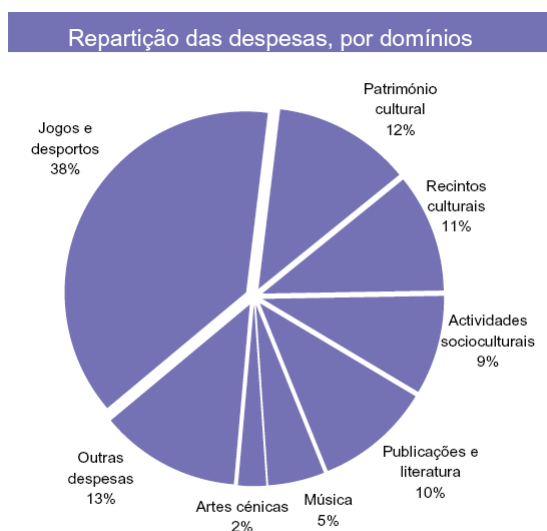
a uma oferta constante de acções culturais, não só por se dirigirem a um público que em geral tem uma maior aptidão e disponibilidade para usufruir deste tipo de espectáculos em comparação com a maioria da população residente, como também regra geral, trata-se de um público com boas condições financeiras. Em 2007 as câmaras municipais portuguesas destinaram às actividades culturais e ao desporto, cerca de 189,4 milhões de Euros, destacando-se os seguintes domínios: jogos e desportos (38%), património cultural (12%), recintos culturais (11%) e publicações e literatura (10%).³⁷ Podemos verificar através do quadro abaixo um claro aumento no apoio monetário prestado pelas Câmaras Municipais à cultura e desporto, entre 1995 e 2007.



Quadro 2 – *Evolução das despesas das Câmaras Municipais em cultura e desporto*, dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt, vis. a 25/04/2009

Segundo dados disponibilizado pelo INE (Instituto Nacional de Estatística), do total das despesas em cultura e desporto realizadas em 2007, pelas Câmaras Municipais, continuaram a destacar-se as afectas aos seguintes domínios: jogos e desportos (38%), património cultural (12%), recintos culturais (11%), publicações e literatura (10%) e actividades sócio-culturais (9%). Os domínios que tiveram menor expressão na estrutura das despesas foram: radiodifusão, cinema e fotografia, artes plásticas, artes cénicas e música, as quais representaram, em conjunto, cerca de 9% do total das despesas em cultura e desporto.

³⁷ Dados referentes a 2007, retirados de www.ine.pt (vis. A 25 de Abril de 2009)



Quadro 3 – *Repartição das despesas, por domínio*, dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt, vis. a 25/04/2009

O apoio à indústria cinematográfica, discográfica e audiovisual que se apresentam, a um certo nível, como concorrentes ao sector das artes do espectáculo tanto pelo uso dos mesmos meios expositivos (os teatros) como pela utilização dos mesmos recursos humanos especializados, podem oferecer um apoio indirecto a estes pela formação, criação de novos postos de trabalho e pela divulgação através dos meios de comunicação do trabalho dos artistas e pela formação do gosto do público em geral.

A sociedade portuguesa tem assistido ao longo dos últimos anos a um boom de criação de *stars* a partir de séries televisivas, telenovelas e espectáculos de teatro. Estas *stars* gozam de um estatuto que lhes permite um reconhecimento e um mais fácil acesso a estruturas artísticas como grupos de teatro e grupos musicais. São produtos de uma sociedade massificada e voltada para o divertimento fácil e popular, prova disto mesmo é o número de telenovelas que assistimos diariamente (essencialmente nos canais sic e tvi) em detrimento do número de espectáculos que inauguram nos nossos teatros e exposições de arte nas nossas galerias.

O quadro abaixo serve para analisar o desenvolvimento (em euros) do apoio das câmaras municipais portuguesas em cultura e desporto entre 2000 e 2006, sendo notório um maior apoio aos eventos desportivos em detrimento dos culturais (essencialmente as artes cénicas, a radiodifusão e as artes plásticas).

Despesas das câmaras municipais em cultura, por domínio							
							Unidade: 10 ³ €
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Total	559.911	672.344	768.090	783.888	795.736	913.810	802.857
Património Cultural	69.101	75.847	69.078	71.291	87.196	83.436	85.346
Publicações e Literatura	45.898	56.170	56.731	66.440	79.448	72.365	77.240
Música	28.196	33.965	28.912	29.879	34.727	43.759	37.654
Artes Cénicas	9.489	11.141	10.833	10.017	12.818	17.129	15.267
Artes Plásticas	6.127	7.583	7.716	7.916	11.295	9.734	7.265
Cinema e Fotografia	4.079	4.172	3.995	4.021	4.808	4.769	4.717
Radiodifusão	918	997	699	1.365	892	906	795
Actividades Socioculturais	58.934	66.704	65.212	68.860	70.958	80.663	69.222
Recintos Culturais	56.953	67.204	81.485	75.216	93.037	114.576	106.737
Jogos e Desportos	220.033	270.229	361.484	388.004	334.259	387.104	298.852
Outras Despesas com a Cultura	60.183	78.330	81.947	60.879	66.297	99.369	99.761
Fonte: INE - Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio							

Quadro 4 – *Despesas das câmaras municipais em cultura, por domínio*, dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt, vis. a 25/04/2009

Uma das funções do Estado é a de “educar” o povo, e a verdade é que sem produção cultural variada não há pluralismo. O Estado deve garantir, através de apoios variados e subsídios, o que o mercado, especialmente em países pequenos como o nosso, nunca garantirá: pluralismo cultural.

No conjunto dos espectáculos ao vivo, realizaram-se em 2007, 27.650 sessões entre diurnas e nocturnas, registando um total de 9,8 milhões de espectadores, gerando uma receita de 66,4 milhões de Euros.

O teatro foi a modalidade que teve maior expressão entre os espectáculos ao vivo, sendo responsável por 43% das sessões realizadas, mas foram os concertos de música ligeira, os que tiveram maior número de espectadores (3,7 milhões) e geraram maiores receitas (29,7 milhões de Euros). O quadro abaixo contabiliza o número de visitantes/espectadores de actividades ditas culturais entre 2002 e 2007.

		2007	2006	2005	2004	2003	2002
Visitantes (N.º) de museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários por Localização geográfica (NUTS - 2002) (1)	N.º	9971128	10315146	9724876	8979972	8921901	9162811
Visitantes (N.º) de galerias de arte e outros espaços de exposições temporárias por Localização geográfica (NUTS - 2002)	N.º	6889625	5544173	5022180	4958487	4917547	4181280
Espectadores de espectáculos ao vivo (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2002)	N.º	9805	8804	9038	6974	4638	4264
Espectadores de espectáculos ao vivo por habitante (N.º) por Localização geográfica	N.º		0,80	0,90			
Visitantes de galerias de arte e outros espaços de exposições temporárias por habitante (N.º) por Localização geográfica	N.º		0,50	0,50			

³⁸ Quadro 5 – Visitantes e espectadores – galerias de arte e outros espaços e espectáculos ao vivo, dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt, vis. a 25/04/2009

Também podemos observar um acréscimo, ao longo dos anos a nível de visitantes em galerias de arte e outros espaços culturais. Este acréscimo pode ser explicado pelo facto de ao longo dos anos os apoios estatais terem aumentado ao nível das indústrias culturais e da apresentação de espectáculos fomentado o aumento do número de espectáculos apresentados, o número de galerias de arte, de obras apresentadas e de novos projectos a nascer nesta área. Neste caso o aumento da oferta é directamente proporcional ao aumento da procura, criando um dinamismo e evolução natural dentro do sector.

Galerias de arte e outros espaços – exposições, objectos expostos, autores e visitantes							
	Unidade: nº						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Galerias de arte e outros espaços	479	556	668	717	732	773	811
Exposições realizadas	4.255	4.708	5.527	5.880	6.130	6.449	6.463
Objectos expostos	163.425	188.072	220.836	231.208	224.454	233.512	251.620
Autores representados	18.286	24.445	34.914	39.286	31.992	31.123	32.151
Visitantes	3.786.938	4.196.013	4.181.280	4.917.547	4.958.487	5.022.180	5.544.173
Fonte: INE - Estatísticas da Cultura, Desporto e Recreio							

Quadro 6 – Galerias de arte e outros espaços – exposições, objectos, autores e visitantes, dados disponibilizados pelo INE, referentes a 2007, www.ine.pt, vis. a 25/04/2009

³⁸ Em 2007 verificou-se uma alteração metodológica, na qual os Monumentos Musealizados foram excluídos ou reclassificados. Dados apresentados em milhares. Última actualização destes dados: 20 de Março de 2009. Quadro extraído em 25 de Abril de 2009 (22:57:19). <http://www.ine.pt>

5.2 – Mecenato, patrocínio e doações privadas

A primeira legislação sistematizada de mecenato em Portugal data de 28 de Agosto de 1986, com o Decreto-Lei nº 285/86, referenciada como a “Lei do Mecenato”. Aí é estabelecido no preâmbulo que:

*Se reconhece o papel essencial que a cultura desempenha..... considera-se, igualmente, que não deve competir exclusivamente aos poderes públicos o apoio financeiro à criação, à acção e à difusão cultural, já que, neste domínio, especial responsabilidade pertence a toda a comunidade.*³⁹ (Escaleira, 2001: 286)

A tradição secular entre artistas e os seus mecenas foi evoluindo desde os Médicis⁴⁰ de Florença até aos mecenas de hoje em dia. Os primeiros ofereciam ouro em troca de prestígio ou status social, os segundos já não pertencem a uma família ou a um reino. O rosto dos novos mecenas é hoje anónimo, trata-se de gerentes e directores de grandes empresas, homens que gerem muito dinheiro, mas não são necessariamente donos dele, pelo menos no sentido em que o era a família Médicis. (Brant, 2003:137) São marketeers, gestores e funcionários que ocupam cargos importantes dentro de empresas e que são motivados por razões económicas e em alguns casos sociais, tentando ao mesmo tempo potenciar o sucesso e visibilidade das empresas em que trabalham através do patrocínio de obras de arte, espectáculos ou eventos.

Um bom exemplo de uma fundação que recorre a apoios variados de empresas, instituições e estatais é a Fundação do Gil. Esta fundação funciona como um centro de acolhimento temporário de cuidados intermédios de saúde que dá apoio a centenas de crianças e jovens portuguesas que embora com alta clínica continuam internadas em hospitais, por períodos prolongados. Para concretizar os seus projectos, a Fundação promove a realização, participação ou patrocínio de acções de carácter cultural, educativo, artístico, científico, social e de assistência. A Direcção Geral de Património apoiou a fundação através da cedência de um edifício para a construção da Casa do Gil, a Eurodois ofereceu a impressão de vários folhetos, a Mandala que ofereceu a produção de “O Minuto do Gil”, entre muitos outros que para além de ajudarem a fundação reforçaram a sua imagem perante a sociedade como empresas com responsabilidade social.

³⁹ Ver Estatuto do Mecenato Cultural nos anexos.

⁴⁰ Ver nota de rodapé 3 no capítulo 2 – *Breve história da encomenda artística*.



Fig. 13 – A casa do Gil, Fundação do Gil in <http://www.fundacaodogil.pt/Casa.htm>.

O mecenato é conhecido como a primeira forma de associação entre capital e cultura (em especial com as artes), que não tem um objectivo comercial puro. O mecenas tradicional aparece descrito na literatura e na história como visando pura e simplesmente a garantia da mais sublime expressão artística, para gosto e deleite do próprio e de quem a ela tiver acesso. A arte tem sido ao longo da história usada como veículo de transmissão de mensagens a públicos específicos, reforçando valores junto da sociedade e tem de alguma forma sido divulgada através dos mecenas que a apoiam e divulgam.

Para que as organizações criativas se possam candidatar a apoios de mecenato deverá ser-lhes ser auferido o estatuto de “manifesto interesse cultural” através da agência governamental respectiva. Esta declaração é atribuída tendo em conta a qualidade do projecto e não a cobertura financeira assegurada pelo mercado. É através deste procedimento que o Estado regulador envia, através daquela declaração, um sinal de qualidade ou de interesse do projecto a apoiar.

É natural que os mecenas prefiram apoiar as artes plásticas em vez das artes de espectáculo ou eventos artísticos, pela sua qualidade duradoira e possibilidade de valorização ao contrário das segundas que se extinguem no momento da sua apresentação. Os festivais nacionais e internacionais apresentam-se como eventos com elevado interesse financeiro para os grandes patrocinadores (regra geral empresas de grande dimensão). Tomemos por exemplo o Festival de Vilar de Mouros, o mais antigo festival de música de Portugal, onde todos os anos se reúnem centenas de jovens durante um determinado período de tempo atraídos pela concentração de espectáculos e pela localização do festival estar afastada dos grandes centros culturais. Os festivais aumentam a dimensão da procura dos chamados novos públicos aos espectáculos apresentado e confrontando-os com novas tendências e com espectáculos de grupos já conceituados. Criam-se assim condições para o aproveitamento de economias de escala reduzindo o desfasamento entre os custos e as receitas. Não só se torna interessante para os grandes

mecenas o apoio a festivais como o de Vilar de Mouros, mas também se torna interessante para as economias locais que lucram com o acréscimo do turismo gerado antes, durante e depois do festival. Os festivais são os locais apropriados para introduzir em Portugal novas correntes de expressão, provenientes de espaços onde as criações artísticas inovadoras conseguem obter maiores incentivos à sua investigação e experimentação. Contribui-se, assim, para a criação de um “mercado de talentos”, onde os artistas têm oportunidade de se revelar junto de públicos, revistas especializadas, rádios e canais televisivos.

O festival Andanças é um claro exemplo de um festival que foi crescendo, formando gostos e criando um público fiel que ano após ano se desloca em Agosto a São Pedro do Sul, mais propriamente a Carvalhais, para fazer workshops de danças tradicionais de todo o mundo e para ouvir música tradicional de vários países. Trata-se de um festival que nos primeiros anos era quase familiar pois não conseguia atrair um grande público, mas que através do *boca-a-boca* conseguiu crescer e desenvolver uma nova tendência de festival que aproxima os participantes da natureza e os convida a explorar a dimensão artística e expressão corporal de quem participa nos workshops e bailes diários. Esta nova vertente de festival, para além de colmatar uma falha de mercado na oferta de propostas a nível da dança para amadores e de grupos que explorem músicas tradicionais do mundo, também ajudou a fomentar o gosto de novos públicos pelas artes do espectáculo e mais propriamente pelas músicas tradicionais e formas de expressão corporal, quer seja através da dança ou da expressão dramática.

O mecenato diferencia-se do patrocínio por não explorar os seus incentivos através de publicidade paga. Patrocínio é normalmente considerado como parte do processo de definição de marketing cultural de uma empresa. O marketing cultural tem-se afirmado nas sociedades desenvolvidas como uma disciplina que usa a cultura como base e instrumento para transmitir determinada mensagem a um público específico, sendo que tem, finalidades promocionais e de lucro.

O quadro abaixo identifica as diferentes motivações do mecenato e patrocínio, seus objectivos, contrapartidas e recursos oferecidos pela exploração (ou não) da comunicação e pela continuidade e integração com o programa da empresa.

Tipo de Actividade	Patrocínio	Mecenato
Motivação	Comercial	Social ou pessoal
Objectivos	Notoriedade, imagem da marca, relacionamento com a sociedade, etc.	Participação social da satisfação pessoal do mecenas
Contrapartida	Comercial (investimento na marca / empresa)	Social (investimento na sociedade)
Exploração na comunicação	Sim	Não
Continuidade	Fundamental	Desejável
Inter-relações	Com as demais ferramentas de comunicação da empresa	Com o programa de responsabilidade social da empresa

Quadro.7 – *Distinções entre patrocínio e mecenato* in Reis A. C. F. (2006) *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*. São Paulo. Thomson Learning, p.14

O patrocínio cultural nem sempre adopta a forma financeira, pode ocorrer sob a forma de fornecimento de produtos, prestação de serviços gratuitos, empréstimo de material, transporte, alimentação, etc.

Nos últimos anos tem sido notória a crescente preocupação das empresas com o papel que estas ocupam na sociedade, pelo que cada vez mais se desenvolvem projectos sob a óptica do marketing cultural, aliando a promoção do desenvolvimento social e o envolvimento com a comunidade, à geração de benefícios próprios.

O apoio do Estado reforça e incentiva os donativos privados, uma vez que atesta à qualidade das organizações. Segundo Escalreira (2001), o esforço de angariação de fundos por parte das organizações não lucrativas sofreu um decréscimo após um reforço de atribuição de subsídios por parte do Estado. O financiamento privado pode ser constituído por donativos atribuídos por famílias, fundações ou empresas. Estes donativos nem sempre se apresentam como financiamentos directos, podem significar a redução dos custos de comunicação, créditos com taxas baixas ou doação de bens físicos, cedência de espaço para apresentação das obras, etc.

Podemos usar o exemplo da centenária Vista Alegre Atlantis, como empresa empreendedora que apoia frequentemente as Artes, seja através da cedência do seu teatro para apresentação de peças de teatro ou música, seja através da contratação de artistas e designers para que estes desenvolvam projectos. No passado mês de Junho a Vista Alegre Atlantis convidou um designer francês de renome para desenvolver um projecto experimental com um jovem ilustrador português. Assim, Sam Baron⁴¹ aliou-se a

⁴¹ Director criativo da Fábrica (um "laboratório de ideias" patrocinado pela *Benneton*, situado perto de Veneza em Itália) e responsável pelo desenvolvimento de muitos projectos artísticos a título de *freelancing*.

Júlio Dolbeth⁴² e desenvolveram o projecto Via Láctea apresentado dentro do âmbito da Experimenta Design 2009. Para a empresa Júlio Dolbeth não passava de um jovem ilustrador desconhecido, pelo que foi um risco a candidatura deste projecto à Experimenta Design, uma vez que era condicionante prévia a não intervenção por parte dos responsáveis da Vista Alegre na indução de uma determinada estética. O desenvolvimento de novas formas ficou a cargo do designer Sam Baron que deambulou livremente pela fábrica de porcelanas e pelo Museu Histórico da Vista Alegre tentando criar uma simbiose entre objectos contemporâneos e históricos que pertencessem ao acervo da empresa. Transformou pratos, saladeiras e terrinas em novos objectos, que incorporaram pedaços estranhos tornando-se, assim, menos funcionais e mais estranhos. É o caso dos pratos que ganharam altos-relevos criados por asas de chávenas antigas, saladeiras onde nasceram apontamentos de tampas tal como se fossem cogumelos. Júlio Dolbeth pegou nas formas desenvolvidas e juntou-se ao departamento de pintura da empresa onde experimentou livremente a composição de desenhos feitos a prata e adicionando apontamentos de decalques antigos e tradicionais da empresa. Desta simbiose nasceu um projecto que se afasta claramente da estética dos produtos apresentados pela Vista Alegre e, por essa mesma razão fez sentido dentro da montra de novos talentos da Experimenta Design. Via Láctea esteve exposto na montra da mais tradicional loja da Vista Alegre no Chiado e atraiu de forma clara e inequívoca públicos que não se identificam à partida com a marca que assinou o projecto. Nunca foi intenção directa da Vista Alegre a venda e reprodução das peças criadas pelos dois artistas, o móbil que fez a empresa avançar foi o apoio a artistas portugueses desconhecidos do grande público, a colaboração com designers/artistas internacionais, e claro, a comunicação e publicidade potencialmente gerada e o facto da associação da empresa a jovens artistas e a um evento como a Experimenta Design, acabando por cumprir o objectivo principal que o da atracção de novos públicos. A Vista Alegre Atlantis, através deste projecto, apoiou directamente dois artistas (um de renome e outro sendo um jovem desconhecido) através da facilitação das suas instalações, disponibilização de materiais e desenvolvimento de comunicação e publicidade.



Fig.14 – Via Láctea (2009), ilustração de Júlio Dolbeth, design Sam Baron e Vista Alegre, produção Vista Alegre, fotografia Luísa Ribas.

⁴² Vive e trabalha no Porto onde é professor assistente de Design Gráfico na Faculdade de Belas Artes.

É também prática comum a associação de museus, galerias e de casas de espectáculos a empresas de renome, como a Casa da Música ou a Fundação Serralves, ambas no Porto. A fundação Serralves é um organismo público de promoção das artes que usufrui de uma reputação que a coloca no topo das fundações de apoio à arte em Portugal. É do interesse desta fundação, a sua associação a mecenas e patrocinadores que lhe permita a obtenção de apoios monetários para a realização de exposições de obras de arte e de eventos. Mencionamos aqui Serralves como entidade conhecedora e capaz de auferir o grau de “obra de arte” às obras que expõe na sua galeria. Através do projecto *INSerralves – Incubadora de Indústrias Criativas*, a fundação “promove a realização de um Estudo Macroeconómico sobre as Indústrias Criativas, que pretende concretizar este conceito, avaliar o impacto destas actividades, conhecer a sua evolução, o seu potencial e o papel que desempenham na sociedade, na cultura e na economia da Região Norte do país”, segundo o comunicado da organização⁴³.

As doações feitas por empresas a instituições não lucrativas apresentam-se como uma forma eficaz das empresas recolherem benefícios fiscais, nomeadamente quando a taxa de imposto sobre os dividendos é inferior à taxa sobre os lucros. A redução da taxa de imposto aumenta o preço da doação, reduzindo-a, no pressuposto do efeito de substituição ser superior ao efeito rendimento. Existe um risco inerente às doações privadas e empresariais, o risco da reprodução do gosto das classes com maior capacidade de doação, o que poderá dar origem a um controlo sobre o processo criativo das companhias/artistas e que pode condicionar a longo prazo a sua criatividade e linha artística.

Conclusão:

O patrocínio público ou privado, só existe numa sociedade capitalista desenvolvida e é responsabilidade social do Estado e das empresas privadas a ajuda na educação da população em geral. Um risco associado a esta realidade é o facto de, regra geral, serem auferidos os maiores apoios aos grupos que já são sobejamente conhecidos e apoiados pelo público, ou seja, os grupos com maior estabilidade financeira.

A cultura é a melhor forma de promoção da imagem de um país para o exterior e a diversidade cultural vital para a educação dos cidadãos (valores, hábitos, atitudes e criações). Compreende-se, assim, qual a importância da valorização da diversidade e alcance por parte de todos os cidadãos a eventos culturais e artísticos.

⁴³ Site oficial do Museu Serralves. Visualizado em <http://www.serralves.pt/gca/index.php?id=3179> 26/04/2009

O sector das artes do espectáculo tem necessidade constante de obter apoios que ajudem à criação dos seus espectáculos ao vivo e à subsistência de todos os intervenientes na sua criação (bailarinos, técnicos de palco, coreógrafos, etc.). Este sector não consegue garantir a sua própria auto-suficiência. Os produtos que produz não são bens tangíveis, não se valorizam com o passar do tempo e, regra geral, não conseguem atrair as massas de público, pelo que não conseguem alcançar o lucro.

Podemos verificar, através de vários estudos disponibilizados pelo INE, que tem havido um maior apoio por parte das Câmaras Municipais ao nível da cultura e do desporto, sendo que o desporto é a actividade que maiores apoios obtêm.

Conclusão e considerações finais

O teatro é um grande meio de civilização, mas não prospera onde não a há. Não têm procura os seus produtos, enquanto o gosto não formar os hábitos e com eles a necessidade. Para principiar, pois, é mister criar um mercado fictício... depois de criado o gosto público, o gosto público sustenta o teatro. ALMEIDA GARRET, na introdução à sua obra Um Auto de Gil Vicente.

A evolução da história da arte demonstra que, de uma forma geral, os artistas têm encontrado dificuldades na obtenção da autonomia necessária à sua subsistência e à criação das obras de arte. Desde cedo apareceram mecenas e colecionadores interessados na aquisição de obras artísticas, sendo que poderemos afirmar que o interesse desenvolvido por estes gerou uma forma de apoio directo à criação artística e aos seus autores.

Uma sociedade evolui se for culturalmente avançada e podemos concluir, através desta dissertação, que é responsabilidade social do Estado a criação de apoios directos às artes e à cultura. É também esperado do Estado o incentivo e apoio a organismos e empresas privadas que desenvolvam políticas de mecenato cultural, fomentando a criação artística e protegendo financeiramente os seus criadores.

As empresas desempenham um papel preponderante no apoio às artes, pois é através destas que muitos artistas conseguem obter os apoios necessários à criação das suas obras. Os retornos oferecidos às empresas giram quase sempre à volta de redução de impostos e da criação de visibilidade e publicidade para as mesmas.

Só através do fomento das artes por parte de organismos públicos e privados, conseguiremos obter uma suficiente diversidade cultural e uma positiva evolução do gosto dos cidadãos, porque é através da pluralidade de espectáculos e manifestações artísticas que garantimos a evolução cultural das sociedades. Esta evolução está também intrinsecamente ligada às descobertas científicas e tecnológicas que de alguma forma ajudam os artistas na procura de novas formas de expressão.

As artes contribuem para a formação de uma crítica social e uma reflexão sobre a dinâmica social vigente, para além de contribuírem para o reforço da cidadania através de formas de arte-provocação como consciência social, partindo de processos de criatividade, experimentalismo e inovação. O experimentalismo/inovação nas artes do espectáculo, onde ocupa um lugar importante a criatividade, não se comporta de forma semelhante à da

inovação no domínio tecnológico, pelo que não pode nem deve ser analisado com base nos mesmos critérios.

As artes de espectáculo, mais especificamente a dança contemporânea, pertencem a um sector artístico especialmente fragilizado que dificilmente consegue subsistir sem o apoio de terceiros, uma vez que tem custos fixos elevados e que exige um certo número de condições mínimas para a sua existência. Sendo uma expressão artística incluída no sector das artes do espectáculo, a dança precisa da presença ao vivo de um público conhecedor para poder funcionar. Precisa também da criação de espaços estruturalmente equipados – palco com caixa-de-ar para protecção física dos bailarinos, suportes para iluminação e colocação de cenografia variada.

A formação de profissionais qualificados e a disponibilização de meios e condições adequados à criação de obras artísticas, promovem o desenvolvimento e a inovação no sector. Contudo, tradicionalmente os mecenas e os coleccionadores de arte preferem adquirir obras potencialmente geradoras de mais-valias como é o caso das artes plásticas. As artes plásticas são, regra geral, tangíveis e duradouras, ao contrário das obras realizadas pelo sector das artes do espectáculo que pelas suas características intangíveis e efémeras não são valorizáveis, pelo que não são consideradas como bons investimentos.

É importante referir que o presente estudo se baseou na proposta bibliográfica anexa e em estudos divulgados pelo INE. Consideramos existir espaço para um aprofundamento das questões aqui levantadas, especialmente a nível da dança contemporânea por ser uma expressão artística pouco divulgada e estudada. Deixamos em aberto a possibilidade da realização de novos estudos que permitam desenvolver teorias que ajudem este sector a progredir através da implementação de novas estratégias que o tornem auto-suficiente.

Bibliografia

Adorno, T.W. (2008) *Teoria Estética*. Edições 70. pp. 11-12

Adshead-Lansdale, J. (1994) *Analysis in Performance*. Dance Research: The Journal of the Society for Dance Research, Vol. 12, No. 2, pp. 15-20. Edinburg University Press.
<http://www.jstor.org/stable/1290988> (vis. 29/04/2009)

Alves, A.M. (1988) *Dança*. Lisboa. Publicações Dom Quixote

Andrade, S. C. (2009) *Debate na Fundação de Serralves - Transformar Ideias em Arte e a Arte em Negócio*. Jornal Público. 19 Fevereiro

Andre, C. (2005) *Cuts. Texts 1959-2004*, Cambridge, Mass.: The MIT Press.

Arcangeli, A. (1994) *Dance under Trial: The Moral Debate 1200-1600*. Dance Research: The Journal of the Society for Dance Research, Vol. 12, No. 2, pp. 127-155. Edinburg University Press. <http://www.jstor.org/stable/1290992> (vis. 29/04/2009)

Argan, G. C. (1988) *Arte e Critica de Arte*. Lisboa. Editorial Estampa

Barba, E. (2002) *The Essence of Theatre*. TDR, Vol. 46. No.3, pp.12-30. The MIT Press.
<http://www.jstor.org/stable/114994> (vis. 29/04/2009)

Barbosa, P. (1995), *Metamorfoses do Real*, Porto, Afrontamento

Barnard M. (1998) *Art, Design and Visual Culture*. St. Martin's Press. Inc. London

Baudelaire, C. (2006) *A Invenção da Modernidade (Sobre Arte, Literatura e Música)*, Lisboa. Relógio D'Água

Baudrillard, J. (1991), *Simulacros e Simulação*, Lisboa: Relógio d'Água

Benjamin W. (1992) *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política* – (intr) de T. W. Adorno. Relógio D'Água

Berger, J.(1980) *Modos de Ver*. Lisboa. Edições 70

Bessa, P. (2009), *Indústrias criativas: um regresso anunciado?*, actas do CIANTEC'09 / 3.º Congresso Internacional em Artes, Novas Tecnologias e Comunicação, Universidade de Aveiro, 11-14 Outubro, pp.73-78.

- Best, D. (1975) *The Aesthetics of Dance*. Dance Research Journal, Vol.7, No. 2, pp. 12-15. University of Illinois Press on behalf of Congress on Research in Dance.
<http://www.jstor.org/stable/1477820> (vis. 29/04/2009)
- Bourdieu, P. (1989) *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Brant, L. (2003) *Políticas Culturais*. Barueri. Editora Manole, Lda
- Brecht, B. (s.d.) *Estudos sobre Teatro: para uma arte dramática não-aristotélica*, Lisboa: Portugalia
- Bronowski, J. (1983) *Arte e Conhecimento – Ver, Imaginar, Criar*. Lisboa. Edições 70
- Brook, P. (1972) *The Empty Space*, Harmondsworth: Penguin
- Bruno Munari, *Artista e Designer*, Lisboa: Eds. 70, 2001
- Calabrese, O. (1986), *A Linguagem da Arte*, Lisboa: Editorial Presença.
- Chadwick, W. (1990) *Women, Art and Society*, Londres: Thames and Hudson
- Cochofel J. J. (s.d.) *Iniciação Estética*. Publicações Europa-América
- Costa, J. Almeida e Melo, A. Sampaio; *Dicionário da Língua Portuguesa – 6ª Edição corrigida e aumentada*; Porto Editora LDA., Lisboa.
- Cot, J.-P. e Mounier, J.-P. (1976), *Para uma Sociologia Política*, Amadora: Bertrand.
- Crachia, G., D'Angelo, P. (direcção de) (2003) *Dicionário De Estética*. Lisboa: Eds 70
- Crispolti, E. (2004) *Como Estudar a Arte Contemporânea*. Lisboa. Editorial Estampa
- Cunha, M. H. (2007) *Gestão Cultural – Profissão em formação*. Belo Horizonte. Duo Editorial
- Debord G. (1992) *La société du spectacle*. Editions Gallimard. Paris
- Débord, G. (1991) *A Sociedade do Espectáculo*, Lisboa: Mobilis in Mobile, 2.^a ed.
- Du Gay, P. (1997) *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman / Paul du Gay [et al.]* London: Sage, cop.
- Eco U. (2002) *História da Beleza*. Círculo de Leitores
- Eco U. (Direcção) (2007) *História do Feio*. Difel
- Eco, H. (1976) *A Estrutura Ausente*. São Paulo. Editora Perspectiva

Edited by Paul du Gay (1997) *Production of Culture / Cultures of Production – Culture, Media and Identities*. Glasgow, SAGE Publications

Emmerling, L. (2003) *Basquiat, Colónia*. Tashen

Escaleira, J. J. P. (2001). *No Palco, entre o Mercado e o Estado: Reflexões sobre a Economia das Artes do Espectáculo numa Viagem pela Economia Industrial, na Companhia de Políticas Públicas* – Tese de Doutoramento em Economias: Faculdade de Economia Universidade do Porto. Porto

Feyerabend, P. K. (1993) *Contra o Método*, Lisboa: Relógio d'Água

Fiske, J. (1999), *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Porto: Ed.s Asa, 1999, 5ª ed.

Fohlen, C. (1974) *O Trabalho no Século XIX*. Estúdios Cor

Foster, Hal (ed.), (1983) *The Anti-Aesthetic: essays on Postmodern culture*, Seattle, Washington: Bay Press.

Fusco, R. (1988) *História da Arte Contemporânea*. Editorial Presença. Lisboa

Gay P. du (ed.) (1997) *Production of Culture / Cultures of Production – Culture, Media and Identities*. SAGE Publications. Glasgow

Gianni Crachia e Paolo D'Angelo (direcção de), (2003) *Dicionário de Estética*, Lisboa: Eds 70

Gianni Crachia e Paolo D'Angelo (direcção de), (2003). *Diconáriod e Estética*, Lisboa: Eds 70,

Giles, J. (2008), *Studying Culture – a practical introduction*. Blackwell Publishing

Giles, J. e Middleton, T. (2008) *Studying Culture – A Practical Introduction*. Malden. Blackwell Publishing. 2ª ed.

Gillo D. (1989) *As Oscilações do gosto*, Livros Horizonte

Gitelman, C., Forster, M., Wigman, M., Holm, H. (1997) *Dance, Business, and Politics: Letters from Mary Wigman to Haya Holm, 1930-1971*. Dance Chronicle, Vol. 20, No. 1, pp. 1-21. Taylor & Francis, Ltd. <http://www.jstor/stable/1567958> (vis. 29/04/2009)

Giulio C. A. (1988) *Arte e Crítica de Arte*. 2ª Edição, Editorial Estampa. Roma

Guimarães, R. [et al]. (2004) *Cadernos do Rivoli – 04 Dança*. Porto. Associação de Produção Cultural – Cultur Porto

- Hadjinicolaou, N. (1973) *História da Arte e Movimentos Sociais*. Lisboa. Edições 70
- Hall, S. (2000) O Legado Teórico dos Cultural Studies. *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.28, Out.
- Harrison, C. e Wood P. [ed.] (2005), *Art in Theory 1900-2000 - An Anthology of Changing Ideas*. Oxford e Cambridge, Mass.: Blackwell Publishing.
- Harwood, R. (1984) *All the World's a Stage*, Londres: Secker and Warburg/BBC
- Hauser A. (1975) *Fundamentos de la Sociología del Arte*. Ediciones Guadarrama. Madrid
- Hauser, A. (1977) *Sociología del Arte – 3. Dialéctica de lo Estético*. Madrid. Guadarrama
- Hauser, A. (1976) *História Social de la Literatura y del Arte*. Madrid. Guadarrama
- Hauser, A. (1977) *Sociología del Arte – 2. Arte y Clases Sociales*. Barcelona. Guadarrama
- Hilton, Julian [ed.] (1993) *New Directions in Theatre*, Houndmills: Macmillan
- Honnet, K. (1992) *Arte Contemporânea*. Colónia. Tashen
- Horkheimer, M. e Adorno, Th. W. (1994) *Dialéctica de la Ilustración*, Madrid: Editorial Trotta
- Hughes, R. (1991) *The Shock of the New – Art and the Century of Change*. Londres. Thames and Hudson
- Huisman, D. (1984) *A Estética*, Lisboa: Eds. 70
- Janson, H. W. (1977) *História da Arte – Panorama das Artes Plásticas e da Arquitectura da Pré-História à Actualidade*. Lisboa. Fundação Calouste Gulbenkian
- Janson, H.W. (1992), *História da Arte*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 5.^a ed. revista e aumentada.
- Jay, M. (1988) *As Ideias de Adorno*, S. Paulo: Culturix/ Ed. Universidade de S. Paulo
- Joan F.(2000) *Educar en una Cultura del Espectáculo*. Paidós. Barcelona
- Lampreia, J.M. (1995) *A Publicidade Moderna*. Lisboa. Editorial Presença
- Lavender, L. (2001) post-Historical Dance Criticism. *Dance Research Journal*, Vol. 32, No. 2, pp. 88-107. University of Illinois Press on behalf of Congress on Research in Dance. <http://www.jstor.org/stable/1290988> (vis. 29/04/2009)
- Leach, E. (1985), “Cultura/Culturas” in AAVV, *Enciclopédia Einaudi*, vol.5, Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda

- Lessard-Hébert, M. [et al.] (1994) *Investigação Qualitativa: Fundamentos e Práticas*, Lisboa: Instituto Piaget
- Lipovetsky, G. (1983) *A Era do Vazio – Ensaio Sobre o Individualismo Contemporâneo*. Editions Gallimard
- Lipovetsky, G. (1989) *O Império do Efêmero – A moda e o seu destino nas sociedades modernas*. Publicações Dom Quixote. Lisboa
- Lucie-Smith, E. (1996) *Visual Arts in the Twentieth Century*, Londres: Laurence King
- Lyotard, J.F. (1989) *A Condição Pós-moderna*, Lisboa: Gradiva
- Lyotard, Jean-François (1989). *A Condição Pós-moderna*. Lisboa. Gradiva.
- Manzini, E. (1993) *A Matéria da Invenção*. Porto. Porto Editora
- Marcuse, H. (1981) *A Dimensão Estética*. Lisboa. Edições 70
- Matisse, H. (1972) *Escritos e Reflexões sobre Arte*. Paris. Edições Ulisseia
- Milhous, J. (2003) The Economics of Theatrical Dance in Eighteenth-Century London. *Theatre Journal*, Vol. 55, No. 3, Dance, pp. 481-508. The Johns Hopkins University Press. <http://www.jstor.org/stable/25069282> (vis. 29/04/2009)
- Morris, G. (2001) Bourdieu, the Body, and Graham's Post-War Dance. *Dance Research: The Journal of the Society for Dance research*, Vol. 19, No. 2, pp. 52-82. Edinburg University Press. <http://jstor.org/stable/1290976> (vis. 29/04/2009)
- Mukarovky, J. (1977) *Escritos de Estética y Semiótica del Arte*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili
- Mumford, L. (1986) *Arte e Técnica*. Porto. Edições 70
- Munari, B. (1978) *A Arte como Ofício*. Lisboa. Coleção Dimensões
- Organização de D'Orey, C. (2007) *O que é a arte – a Perspectiva Analítica*. Dinalivro
- Orwell, G. (1955) *1984*. Lisboa. Editora Ulisseia
- Pinto Ribeiro, A. (2009) *Os Mitos das Indústrias Criativas*. Jornal Público. 19 Março
- Pinto Ribeiro, A. (2009) *Os Mitos das Indústrias Criativas*. Jornal Público. 19 Março
- Quivy, R., Campenhoudt, L.V. (1992) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva. Paris

- Reis, A. C. F. (2006) *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura*. São Paulo. Thomson Learning
- Reis, A. C. F. (2007) *Economia da Cultura e desenvolvimento sustentável – o caleidoscópio da cultura*. Barueri. Editora Manolo Lda.
- Ribeiro, A. P. (2007), “Os mitos das indústrias criativas”, *Público*, 19/03/07.
- Riemschneider, B., Grsenick, U. [ed.] (2000) *Art At the Turn of the Millennium*. Tashen
- Rocha Pereira, M. H. (2006), *Estudos de História da Cultura Clássica, vol.1 – Cultura Grega*, Lisboa: Gulbenkian, 10.^a ed.
- Rohen, H. (1966) *Filosofia da Arte*. Rio de Janeiro. Freitas Bastos
- Rush, M. (2003) “*Video Art*”. Thames & Hudson, London
- Séguéla, J. (1998) *O Futuro tem Futuro*. Publicações Europa América
- Shiner, L. (2001) *The Invention of Art: a cultural history*, Chicago: Chicago University Press,
- Silva, Ana e Tavares, Teresa Claudia, “Estudos Culturais, Estudos sobre as Mulheres e Estudos Culturais sobre as Mulheres”, *ex aequo*, n.º 5, 2001, pp.123-147.
- Sousa, I. (2001) *Filme-se o que está escrito!* – Dissertação de Mestrado: Universidade de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela
- Southern, R. (1979) *Manual sobre a Montagem Teatral para Amadores e Profissionais*. Moraes Editores
- Stiles, Kristine e Selz, Peter ed. (1996) “*Theories and documents of Contemporary Art*” University of California Press, California.
- Tàpies, A. (2002) *A Prática da Arte*. Lisboa. Livros Cotovia
- Towse, R. (ed) (2003) *Manual de Economia de la Cultura*. Madrid. Edward Elgar Publishing Limited
- Vallier, D. (1986) *A Arte Abstracta*. Lisboa. Edições 70
- Zink, R. B. (1997) *Banda Desenhada Portuguesa Contemporânea*. Lisboa. Universidade Nova de Lisboa
- Zolhner, F. (2005) *Leonardo da Vinci – Desenhos e Esboços*. Lisboa. Taschen

<http://arrastao.org/sem-categoria/subsidios/> (vis. 16.04.2009)

http://www.youtube.com/watch?v=4t9xgk1frvk&feature=PlayList&p=6E33F072F7376948&playnext=1&playnext_from=PL&index=3 (vis. 25.04.2009)

<http://www.merce.org/about.html> (vis. 25/04/2009)

<http://orelhadoano.blogspot.com/2007/11/scope-rui-horta.html>, (vis.13/04/2009)

<http://www.infopedia.pt/lingua-portuguesa/arte> (vis.09/10/2009)

8.1 – Mecenato cultural

Estatuto do Mecenato

Decreto-Lei N.º 74/99, de 16 de Março publicado em DR n.º 63 - I série A com as introduções dadas pela Lei 160/99 de 14 de Setembro, Lei 176-A/99 de 30 de Dezembro, Lei 3-B/00 de 4 de Abril, Lei 30-C/00 de 29 de Dezembro, Lei 30-G/00 de 29 de Dezembro, Declaração de Rectificação 7/01 de 12 de Março e Lei 109-B/01 de 27 de Dezembro

Pelo artigo 43.º, n.º 11, da Lei do Orçamento do Estado para 1998 (Lei n.º 127-B/97, de 20 de Dezembro) foi o Governo autorizado, no quadro da definição do Estatuto do Mecenato, a proceder à reformulação integrada dos vários tipos de donativos efectuados ao abrigo dos mecenatos, nomeadamente os de natureza social, cultural, ambiental, científica e desportiva, no sentido da sua tendencial harmonização.

Nos termos da mesma disposição, a definição do Estatuto do Mecenato deve realizar-se com vista à definição dos objectivos, da coerência, da graduação e das condições de atribuição e controlo dos donativos, bem como à criação de um regime claro e incentivador, com unidade e adequada ponderação da sua relevância, e à definição da modalidade do incentivo fiscal, em sede de IRS e de IRC, que melhor sirva os objectivos de eficiência e equidade fiscal.

Foi nesse enquadramento que se procedeu à elaboração do Estatuto do Mecenato.

Mantém-se, no essencial, o actual regime dos donativos ao Estado e às outras entidades referidas no Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares e no Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas e, autonomiza-se o regime do mecenato desportivo, do mecenato científico e do mecenato educacional, sendo certo que algumas das situações neles agora incluídas se encontravam já previstas no âmbito do mecenato social e cultural.

Na hierarquização relativa aos benefícios opta-se por atribuir preponderância ao mecenato social e, finalmente, no âmbito do IRS, admitem-se como beneficiários dos donativos as mesmas entidades consideradas em sede de IRC.

O presente diploma insere-se no âmbito da revisão geral dos actuais benefícios e incentivos fiscais constante do ponto 12.º e na previsão da alínea r) do n.º 2 do ponto 14.º da Resolução do Conselho de Ministros n.º 119/97, de 14 de Julho.

Assim:

No uso da autorização legislativa concedida pelo n.º 11 do artigo 43.º da Lei n.º 127-B/97, de 20 de Dezembro, e nos termos das alíneas a) e b) do n.º 1 do artigo 198.º da Constituição, o Governo decreta, para valer como lei geral da República, o seguinte:

Artigo 1.º

Aprovação do Estatuto do Mecenato

1 - É aprovado o Estatuto do Mecenato, anexo a este decreto-lei e dele fazendo parte integrante.

2 - Para os efeitos do disposto no presente diploma, apenas têm relevância fiscal os donativos em dinheiro ou em espécie concedidos sem contrapartidas que configurem obrigações de carácter pecuniário ou comercial às entidades públicas ou privadas nele previstas, cuja actividade consista predominantemente na realização de iniciativas nas áreas social, cultural, ambiental, científica ou tecnológica, desportiva e educacional.

3 - Os benefícios fiscais previstos no presente diploma, com excepção dos referidos no artigo 1.º do Estatuto e dos respeitantes aos donativos concedidos às pessoas colectivas dotadas de estatuto de utilidade pública às quais tenha sido reconhecida a isenção de IRC nos termos do artigo 9.º do respectivo Código, dependem de reconhecimento, a efectuar por despacho conjunto dos Ministros das Finanças e da tutela.

4 - A excepção efectuada no número anterior não prejudica o reconhecimento do benefício, nas situações previstas no n.º 2 do artigo 2.º e nos n.ºs 2 e 3 do artigo 3.º do Estatuto.

Artigo 2.º

Norma revogatória

1 - São revogados o artigo 56.º do Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442-A/88, de 30 de Novembro, e os artigos 39.º, 39.º-A e 40.º o Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 442-B/88, de 30 de Novembro.

2 - As remissões efectuadas no n.º 5 do artigo 4.º da Lei n.º 56/98, de 18 de Agosto, para o artigo 56.º do Código do Imposto sobre Rendimento das Pessoas Singulares e para o artigo 40º do Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Colectivas passam a ser efectuadas, respectivamente, para os artigos 5.º e 3.º do Estatuto do Mecenato.»

Artigo 3.º

Entrada em vigor

O presente diploma produz efeitos a partir de 1 de Janeiro de 1999, ficando salvaguardados os efeitos plurianuais de reconhecimentos anteriormente realizados.

Visto e aprovado em Conselho de Ministros de 30 de Dezembro de 1998. - António Manuel de Oliveira Guterres - António Luciano Pacheco de Sousa Franco - Jorge Paulo Sacadura Almeida Coelho - Eduardo Carrega Marçal Grilo - Eduardo Luís Barreto Ferro Rodrigues - Elisa Maria da Costa Guimarães Ferreira - Manuel Maria Ferreira Carrilho - José Mariano Rebelo Pires Gago - José Sócrates Carvalho Pinto de Sousa.

Promulgado em 18 de Fevereiro de 1999, pelo Presidente da República, Jorge Sampaio.

Referendado em 4 de Março de 1999 pelo Primeiro-Ministro, António Manuel de Oliveira Guterres.

8.2 – Estatuto do mecenato

CAPÍTULO I

Imposto sobre o rendimento das pessoas colectivas

Artigo 1.º

Donativos ao Estado e a outras entidades

1 - São considerados custos ou perdas do exercício, na sua totalidade, os donativos concedidos às seguintes entidades:

- a) Estado, Regiões Autónomas e autarquias locais e qualquer dos seus serviços, estabelecimentos e organismos, ainda que personalizados;
- b) Associações de municípios e de freguesias;
- c) Fundações em que o Estado, as Regiões Autónomas ou as autarquias locais participem no património inicial.
- d) Fundações de iniciativa exclusivamente privada que prossigam fins de natureza predominantemente social ou cultural, relativamente à sua dotação inicial.

2 - Sem prejuízo do disposto no n.º 3 do artigo 1.º do presente diploma, estão sujeitos a reconhecimento, a efectuar por despacho conjunto dos Ministros das Finanças e da tutela, os donativos concedidos a fundações em que a participação do Estado, das Regiões Autónomas ou das autarquias locais seja inferior a 50% do seu património inicial e, bem assim, às fundações de iniciativa exclusivamente privada desde que prossigam fins de natureza predominantemente social ou cultural e os respectivos estatutos prevejam que, no caso de extinção, os bens revertam para o Estado ou, em alternativa, sejam cedidos às entidades abrangidas pelo artigo 9.º do Código do IRC[i].

3 - Os donativos referidos nos números anteriores são considerados custos em valor correspondente a 140% do respectivo total quando se destinarem exclusivamente à prossecução de fins de carácter social, a 120 % se destinados exclusivamente a fins de carácter cultural, ambiental, científico ou tecnológico, desportivo e educacional ou a 130% quando atribuídos ao abrigo de contratos pluriânuais celebrados para fins específicos que fixem os objectivos a prosseguir pelas entidades beneficiárias e os montantes a atribuir pelos sujeitos passivos.

4 - São considerados custos ou perdas do exercício as importâncias suportadas com a aquisição de obras de arte que venham a ser doadas ao Estado Português, nos termos e condições a definir por decreto-lei.

Artigo 2.º

Mecenato social

1 - São considerados custos ou perdas do exercício, até ao limite de 8/1000 do volume de vendas ou dos serviços prestados, os donativos atribuídos às seguintes entidades:

- a) Instituições particulares de solidariedade social, bem como as pessoas colectivas legalmente equiparadas;
- b) Pessoas colectivas de utilidade pública administrativa e de mera utilidade pública que prossigam fins de caridade, assistência, beneficência e solidariedade social e cooperativas de solidariedade social;
- c) Centros de cultura e desporto organizados nos termos dos estatutos do Instituto Nacional de Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores (INATEL), desde que destinados ao desenvolvimento de actividades de natureza social do âmbito daquelas entidades.
- d) Organizações não governamentais ou outras entidades promotoras de iniciativas de auxílio a populações carecidas de ajuda humanitária em consequência de catástrofes naturais ou de outras situações de calamidade, reconhecidas pelo Estado Português, mediante despacho conjunto dos Ministros das Finanças e dos Negócios Estrangeiros.

2 - O limite previsto no número anterior não é aplicável aos donativos atribuídos às entidades nele referidas para a realização de actividades ou programas que sejam considerados de superior interesse social.

3 - Os donativos referidos nos números anteriores são levados a custos em valor correspondente a 130% do respectivo total ou a 140% no caso de se destinarem a custear as seguintes medidas:

- a) Apoio à infância ou à terceira idade;
- b) Apoio e tratamento de toxicodependentes ou de doentes com sida, com cancro ou diabéticos;
- c) Promoção de iniciativas dirigidos à criação de oportunidades de trabalho e de reinserção social de pessoas, famílias ou grupos em situações de exclusão ou risco de exclusão social, designadamente no âmbito do rendimento mínimo garantido, de programas de luta contra a pobreza ou de programas e medidas adaptadas no contexto do mercado social de emprego.

Artigo 2.º-B

Mecenato familiar

1 - São considerados custos ou perdas do exercício, até ao limite de 8/1000 do volume de vendas ou de serviços prestados, em valor correspondente a 150% para efeitos do IRC e da categoria B do IRS, os donativos concedidos às entidades referidas nos artigos 1.º e 2.º que se destinem a custear as seguintes medidas:

- a) Apoio pré-natal a adolescentes e a mulheres em situação de risco e à promoção de iniciativas com esse fim;
- b) Apoio a meios de informação, de aconselhamento, encaminhamento e de ajuda a mulheres grávidas em situação social, psicológica ou economicamente difícil;
- c) Apoio, acolhimento, ajuda humana e social a mães solteiras;
- d) Apoio, acolhimento, ajuda social e encaminhamento de crianças nascidas em situações de risco ou vítimas de abandono;
- e) Ajuda à instalação de centros de apoio à vida para adolescentes e mulheres grávidas cuja situação sócio-económica ou familiar as impeça de assegurar as condições de nascimento e educação da criança;
- f) Apoio à criação de infra-estruturas e serviços destinados a facilitar a conciliação da maternidade com a actividade profissional dos pais.

2 – O limite previsto no número anterior não é aplicável aos donativos atribuídos às entidades nele referidas para a realização de actividades ou programas que sejam considerados de superior interesse social.

Artigo 3.º

Mecenato cultural, ambiental, científico ou
tecnológico, desportivo e educacional

1 - São considera os custos ou perdas do exercício, até ao limite de ⁶/1000 do volume de vendas ou dos serviços prestados, os donativos atribuídos às seguintes entidades:

- a) Cooperativas culturais, institutos, fundações e associações que prossigam actividades de investigação, de cultura e de defesa do património histórico-cultural e outras entidades que desenvolvam acções no âmbito do teatro, do bailado, da música, da organização de festivais e outras manifestações artísticas e da produção cinematográfica, audiovisual e literária;
- b) Museus, bibliotecas e arquivos históricos e documentais;
- c) Organizações não governamentais de ambiente (ONGA);
- d) Instituições que se dediquem à actividade científica ou tecnológica;
- e) Mediatecas, centros de divulgação, escolas e órgãos de comunicação social que se dediquem à promoção da cultura científica e tecnológica;
- f) Comité Olímpico de Portugal, Confederação do Desporto de Portugal, as pessoas colectivas titulares do estatuto de utilidade pública desportiva, as associações promotoras do desporto e as associações dotadas do estatuto de utilidade pública que tenham como objecto o fomento e a prática de actividades desportivas, com excepção das secções participantes em competições desportivas de natureza profissional;
- g) Centros de cultura e desporto organizados nos termos dos Estatutos do Instituto Nacional de Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores (INATEL), com excepção dos donativos abrangidos pela alínea c) do n.º 1 do artigo anterior;
- h) Estabelecimentos de ensino, escolas profissionais, escolas artísticas e jardins-de-infância legalmente reconhecidos pelo Ministério da Educação;
- i) Instituições responsáveis pela organização de feiras universais ou mundiais, nos termos a definir por resolução do Conselho de Ministros.

2 - O limite previsto no número anterior não é aplicável aos donativos atribuídos às entidades nele referidas para a realização de actividades ou programas que sejam considerados de superior interesse cultural, ambiental, científico ou tecnológico, desportivo e educacional.

3 - Os donativos previstos nos números anteriores são levados a custos em valor correspondente a 120% do respectivo total ou a 130% quando atribuídos ao abrigo de

contratos plurianuais celebrados para fins específicos que fixem os objectivos a prosseguir pelas entidades beneficiárias e os montantes a atribuir pelos sujeitos passivos.

Artigo 3. -A

Mecenato para a sociedade de informação

1 – São considerados custos ou perdas do exercício, até ao limite de $\frac{8}{1000}$ do volume de vendas ou de serviços prestados, em valor correspondente a 130% para efeitos de IRC e da categoria B do IRS, os donativos de equipamento informático, programas de computadores, formação e consultoria na área da informática, concedidos às entidades referidas nos artigos 1.º e 2.º e nas alíneas b), d), e) e h) do n.º 1 do artigo 3.º.

2 – O limite previsto no número anterior não é aplicável aos donativos atribuídos às entidades nele referidas para a realização de actividades ou programas que sejam considerados de superior interesse educacional e vocacional.

3 – Os donativos previstos nos números anteriores são elevados a custos em valor correspondente a 140% quando atribuídos ao abrigo de contratos plurianuais que fixem objectivos a atingir pelas entidades beneficiárias e os bens e serviços a atribuir pelos sujeitos passivos.

4 – O período de amortização de equipamento informático pelos sujeitos passivos referidos no n.º 1 é de dois anos, ou pelo valor residual se ocorrer após dois anos, no caso de doação do mesmo às entidades referidas naquele número.

5 – Não relevam para os efeitos do número anterior as doações feitas a entidades em que os doadores sejam associados ou em que participem nos respectivos órgãos sociais.

6 – Os sujeitos passivos que utilizem o regime de amortização previsto no n.º 4 comunicarão ao Ministério da Ciência e da Tecnologia as doações que o justificaram.

7 – Para os efeitos do disposto no presente artigo consideram-se equipamentos informáticos os computadores, modem, placas RDIS e aparelhos de terminal, incluindo impressoras e digitalizadoras, e set-top-boxes.

Artigo 4.º

Donativos a organismos associativos

São considerados custos ou perdas do exercício, até ao limite de 1/1000 do volume de vendas ou dos serviços prestados no exercício da actividade comercial, industrial ou agrícola, as importâncias atribuídas pelos associados aos respectivos organismos associativos a que pertençam, com vista à satisfação dos seus fins estatutários.

Artigo 4.º-A

Valor dos bens doados

No caso de doação de bens em estado de uso, o valor a relevar como custo será o valor fiscal que os bens tiverem no exercício em que forem doados, ou seja, o custo de aquisição ou de produção, deduzido das reintegrações efectivamente praticadas e aceites como custo fiscal ao abrigo da legislação aplicável.

CAPÍTULO II

Imposto sobre o rendimento das pessoas singulares

Artigo 5.º

Deduções em IRS por virtude do mecenato

1- Os donativos atribuídos pelas pessoas singulares residentes em território nacional, nos termos e condições previstos nos artigos anteriores, são dedutíveis à colecta do ano a que dizem respeito, com as seguintes especificidades:

- a) Em valor correspondente a 25% das importâncias atribuídas, nos casos em que não estejam sujeitos a qualquer limitação;
- b) Em valor correspondente a 25% das importâncias atribuídas, até ao limite de 15% da colecta, nos restantes casos;
- c) São dispensados de reconhecimento prévio desde que o seu valor não seja superior a 100.000\$;
- d) As deduções só são efectuadas no caso de não terem sido contabilizadas como custos.

2- São ainda dedutíveis à colecta, nos termos fixados nas alíneas b) a d) do número anterior, os donativos concedidos a igrejas, instituições religiosas, pessoas colectivas de fins não lucrativos pertencentes a confissões religiosas ou por eles instituídas, sendo a sua importância considerada em 130% do seu quantitativo.»

Artigo 5.º-A

Valor dos bens doados

No caso de doação de bens por sujeitos passivos de IRS que exerçam actividades empresariais e profissionais, o valor a relevar como custo será o valor fiscal que os bens tiverem no exercício em que forem doados, ou seja, o custo de aquisição ou de produção, deduzido das reintegrações efectivamente praticadas e aceites como custo fiscal ao abrigo da legislação aplicável.»

[i] Nos termos do disposto no artigo 2º do Decreto-Lei 198/2001, de 3 de Julho, considera-se que esta remissão para o artigo 9º do Código do IRC se refere ao artigo 10º do mesmo Código resultante da nova redacção introduzida pelo Decreto-Lei 198/2001

[Fonte: http://sg.min-cultura.pt/Auxilios/Legislacao/Mecenato/mecenato_cultural.htm]

8.3 – Dados estatísticos (disponíveis até 2007) INE (Instituto Nacional Estatística)

Relativos às artes do espectáculo:

6.1 – ESPECTÁCULOS AO VIVO

6.1.1 – Espectáculos ao Vivo – dados gerais, por região (NUTS I) e modalidades

2007

Âmbito Geográfico e Modalidades	Sessões		Bilhetes				Espectadores		Receitas
	Diurnas	Nocturnas	Vendidos		Oferecidos		Em Sessões Diurnas	Em Sessões Nocturnas	
			Em Sessões Diurnas	Em Sessões Nocturnas	Em Sessões Diurnas	Em Sessões Nocturnas			
			Nº						
									Euros
Portugal	9 798	17 852	1 634 613	2 590 296	1 314 568	4 265 170	2 949 181	6 855 466	66 414 524
Teatro	4 835	7 177	486 562	521 341	265 166	489 306	751 728	1 010 647	10 576 848
Ópera	24	160	7 886	64 511	4 673	31 057	12 559	95 568	2 247 483
Concerto Música Clássica	714	1 547	63 187	185 320	84 693	245 767	147 880	431 087	3 153 808
Concerto Música Ligeira	832	4 828	16 032	1 354 662	231 120	2 053 676	247 152	3 408 338	29 697 257
Recitais de Coros	262	458	1 420	6 788	35 785	77 720	37 205	84 508	48 453
Dança Clássica	69	156	10 857	40 427	11 835	23 708	22 692	64 135	944 250
Dança Moderna	340	658	15 926	74 595	32 303	74 347	48 229	148 942	1 107 511
Folclore	472	806	4 283	21 218	252 235	524 883	256 518	546 101	281 492
Mista (Variedades)	438	1 309	93 305	118 385	103 494	374 092	196 799	492 477	4 139 597
Circo	138	75	156 187	22 364	87 698	18 798	243 885	41 162	871 050
Tauromaquia	103	87	116 019	123 884	29 062	27 918	145 081	151 802	5 129 923
Multidisciplinares	139	453	17 752	48 325	55 013	192 726	72 765	241 051	1 436 462
Outras Modalidades	1 432	138	645 197	8 476	121 491	131 172	766 688	139 648	6 780 390
Continente	9 418	17 008	1 616 251	2 546 576	1 281 083	4 064 759	2 897 334	6 611 335	65 812 185
Teatro	4 652	6 993	471 581	506 005	256 920	477 059	728 501	983 064	10 376 642
Ópera	23	158	7 609	64 095	4 603	30 139	12 212	94 234	2 236 457
Concerto Música Clássica	620	1 386	62 987	180 043	79 359	232 128	142 346	412 171	3 083 082
Concerto Música Ligeira	799	4 619	13 659	1 343 339	223 478	1 968 412	237 137	3 311 751	29 550 310
Recitais de Coros	253	410	1 123	6 508	34 115	64 894	35 238	71 402	43 525
Dança Clássica	64	139	10 640	38 258	11 060	22 531	21 700	60 789	911 660
Dança Moderna	336	635	15 909	72 465	31 719	71 457	47 628	143 922	1 090 481
Folclore	446	674	4 283	20 831	248 935	497 830	253 218	518 661	277 309
Mista (Variedades)	414	1 279	93 305	117 940	97 930	356 188	191 235	474 128	4 131 799
Circo	138	75	156 187	22 364	87 698	18 798	243 885	41 162	871 050
Tauromaquia	103	84	116 019	118 484	29 062	27 790	145 081	146 274	5 028 207
Multidisciplinares	138	420	17 752	47 768	54 713	166 561	72 465	214 329	1 431 273
Outras Modalidades	1 432	136	645 197	8 476	121 491	130 972	766 688	139 448	6 780 390
R. A. Açores	59	342	1 693	21 009	8 537	52 280	10 230	73 289	267 336
Teatro	20	81	1 075	6 988	2 005	6 336	3 080	13 324	63 378
Concertos (M.Clássica e M.Ligeira)	6	105	27	5 729	529	20 967	556	26 696	63 841
Recitais de Coros	...	10	...	280	...	1 406	...	1 686	4 928
Dança (Clássica e Moderna)	3	9	17	1 252	813	892	830	2 144	13 075
Folclore	16	110	0	387	2 400	16 973	2 400	17 360	4 183
Mista (Variedades)	12	13	0	0	2 500	3 615	2 500	3 615	0
Tauromaquia	0	3	0	5 400	0	128	0	5 528	101 716
Outras	...	11	...	973	...	1 963	...	2 936	16 215
R. A. Madeira	321	502	16 669	22 711	24 948	148 131	41 617	170 842	335 003
Teatro	163	103	13 906	8 348	6 241	5 911	20 147	14 259	136 828
Concerto Música Clássica	94	137	200	4 063	5 334	11 219	5 534	15 282	60 709
Concerto Música Ligeira	27	128	2 346	6 808	7 113	66 717	9 459	73 525	93 123
Recitais de Coros	8	38	0	0	1 450	11 420	1 450	11 420	0
Dança (Clássica e Moderna)	6	31	217	3 047	546	3 175	763	6 222	36 545
Folclore	10	22	0	0	900	10 080	900	10 080	0
Mista (Variedades)	12	17	0	445	3 064	14 289	3 064	14 734	7 798
Outras	1	26	0	0	300	25 320	300	25 320	0

6.1 – ESPECTÁCULOS AO VIVO

6.1.2 – Espectáculos ao Vivo – dados gerais, por região (NUTS II)

2007

Âmbito Geográfico	Sessões		Bilhetes				Espectadores		Receitas
	Diurnas	Nocturnas	Vendidos		Oferecidos		Em Sessões Diurnas	Em Sessões Nocturnas	
			Em Sessões Diurnas	Em Sessões Nocturnas	Em Sessões Diurnas	Em Sessões Nocturnas			
	Nº								
Portugal	9 798	17 852	1 634 613	2 590 296	1 314 568	4 265 170	2 949 181	6 855 466	66 414 524
Continente	9 418	17 008	1 616 251	2 546 576	1 281 083	4 064 759	2 897 334	6 611 335	65 812 185
Norte	2 393	3 961	258 965	695 371	437 539	1 136 695	696 504	1 832 066	11 448 484
Centro	1 632	3 474	80 223	245 547	307 562	1 049 699	387 785	1 295 246	3 729 287
Lisboa	4 446	6 970	1 176 017	1 295 208	344 713	835 392	1 520 730	2 130 600	45 828 266
Alentejo	750	1 738	94 418	205 402	147 669	672 626	242 087	878 028	3 333 592
Algarve	197	865	6 628	105 048	43 600	370 347	50 228	475 395	1 472 556
Região Autónoma dos Açores	59	342	1 693	21 009	8 537	52 280	10 230	73 289	267 336
Região Autónoma da Madeira	321	502	16 669	22 711	24 948	148 131	41 617	170 842	335 003

6.1.3 – Espectáculos realizados no Teatro Nacional de São João, Teatro Nacional de São Carlos e Teatro Nacional de D. Maria II, segundo as modalidades

2007

Teatros Nacionais	Modalidades	Sessões		Espectadores		Receltas
		Diurnas	Nocturnas	Em Sessões Diurnas	Em Sessões Nocturnas	
		Nº				
Teatro Nacional de São João ⁽¹⁾		90	170	11 408	33 168	153 357
	Teatro	83	144	10 315	27 488	134 788
	Concerto M. Ligeira	0	10	0	1 322	2 882
	Dança Moderna	7	16	1 093	4 358	15 687
Teatro Nacional de São Carlos		10	45	6 245	30 713	1 105 873
	Ópera	7	34	5 389	25 074	1 048 353
	Concerto M. Clássica	0	6	0	4 183	34 889
	Dança Moderna	3	5	856	1 456	22 631
Teatro Nacional de D. Maria II		113	751	15 669	55 712	443 664
	Teatro	113	724	15 669	53 649	443 414
	Concerto M. Clássica	0	25	0	1 517	250
	Concerto M. Ligeira	0	1	0	225	0
	Outras	0	1	0	321	

(1) Os dados do Teatro Nacional de São João incluem os dados do Teatro Carlos Alberto.

6.1 – ESPECTÁCULOS AO VIVO

6.1.4 – Recintos Culturais – segundo o tipo de recinto, por região (NUTS II)

2007

Unidade: nº

Âmbito Geográfico	Total	Fixos		Outros	
		Recintos	Lotação	Recintos	Lotação
Portugal	435	426	359 599	9	28 540
Continente	415	406	334 609	9	15 840
Norte	84	83	45 019	1	...
Centro	103	102	71 856	1	...
Lisboa	134	130	101 768	4	11 780
Alentejo	81	79	108 640	2	...
Algarve	13	12	7 326	1	...
Região Autónoma dos Açores	11	11	9 252	0	0
Região Autónoma da Madeira	9	9	15 738	0	0

6.1.5 – Recintos Culturais – por entidade proprietária ou exploradora

2007

Unidade: nº

Entidade Proprietária ou Exploradora do Recinto	Total	Fixo	Itinerante	Improvizado	Outro
Total	435	426	5	1	3
Sociedade Privada	42	42	0	0	0
Empresário em Nome Individual	9	8	0	1	0
Instituição Privada sem Fins Lucrativos	104	103	1	0	0
Administração Pública Central ou Regional	15	15	0	0	0
Administração Pública Local	194	189	3	0	2
Outra	71	69	1	0	1

